

УДК 33  
DOI: 10.26140/anie-2020-0901-0044

## ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

© 2020  
ORCID: 0000-0001-5653-2995

**Глазунова Елена Зульфаровна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент»  
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева  
(Самарский университет)

(443086, Россия, Самара, Московское шоссе, 34, e-mail: glazunovaelena@ssau.ru)

SPIN: 1231-6073

**Кругова Юлия Сергеевна**, студент 4 курса кафедры  
«Цифровая Экономика»

SPIN: 7222-4898

**Евстафьева Виолетта Андреевна**, студент 4 курса кафедры  
«Цифровая Экономика»

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики  
(443010, Россия, Самара, улица Льва Толстого, 23, e-mail: violetta.9845@gmail.com)

**Аннотация.** Такой термин, как экономика совместного потребления набирает популярность в настоящее время, благодаря молодым людям, рожденным в информационную эпоху, именуемым поколениями Z и Y. В данной работе был выявлен ряд наиболее популярных сервисов совместного потребления, а также проанализирован объем рынка ЭСП в России и сделаны выводы об его нарастающих темпах, превышающих среднемировые. В то же время, было уделено внимание менталитету российских граждан, который накладывает свои ограничения на рост отдельных секторов рынка ЭСП. В процессе изучения данной темы был проведен опрос содержащий вопрос об использовании экономикой совместного потребления, благодаря чему были выявлены наиболее популярные сервисы совместного потребления. В следствии этого было выявлено, что для потребителей в ряде случаев большую ценность несет именно эксплуатация, а не владение какой-либо собственностью. А также приведен портрет потенциального пользователя сервисами экономики совместного потребления. В статье рассмотрены достоинства и недостатки ЭСП, были выявлены существенные преграды, препятствующие росту этого рынка в России, а также было спрогнозировано дальнейшее развитие российского рынка ЭСП в будущем.

**Ключевые слова:** экономика, sharing economy, поколение, экономика совместного потребления, каршеринг, поколение Z, поколение Y, ЭСП, сервис совместного потребления, эксплуатация, каршеринг, рынок, популяризация.

## THE ECONOMY OF COLLABORATIVE CONSUMPTION

© 2020

**Glazunova Elena Sultanovna**, candidate of economic Sciences, associate Professor  
of the Department "Management"

Samara national research University named after academician S. P. Korolev (Samara University)  
(443086, Russia, Samara, Moskovskoe shosse, 34, e-mail: glazunovaelena@ssau.ru)

**Krugova Yulia Sergeevna**, 4th year student of the Department  
"Digital Economy"

**Evstafieva Violetta Andreevna**, 4th year student of the Department  
"Digital Economy"

Volga region State University of Telecommunications and Informatics  
(443010, Russia, Samara, Lev Tolstoy street, 23, e-mail: violetta.9845@gmail.com)

**Abstract.** Such a term as the economy of joint consumption is gaining popularity nowadays thanks to young people born in the information age, called generations Z and Y. In this work, a number of the most popular joint consumption services were identified, and the size of the ESP market in Russia was analyzed and made a conclusion about its growing rates exceeding the world average. At the same time, attention was paid to the mentality of Russian citizens, which imposes its restrictions on the growth of individual sectors of the ESP market. In the process of studying this topic, a questionnaire was conducted containing a question about the use of joint consumption by the economy, due to which the most popular joint consumption services were identified. As a result of this, it was revealed that for consumers in some cases it is exploitation rather than ownership of any property that is of great value. And also a portrait of a potential user of the services of the economy of joint consumption. The article examines the advantages and disadvantages of ESP, identified significant barriers to the growth of this market in Russia, and further development of the Russian ESP market in the future was predicted.

**Keywords:** economy, sharing economy, generation, sharing economy, car sharing, generation Z, generation Y, ESP, sharing service, operation, car sharing, market, popularization.

### ВВЕДЕНИЕ

Такое явление, как экономика совместного потребления, или ЭСП, становится всё более популярным. Его актуальность обусловлена тем, что основными потребителями являются поколения Y и Z, то есть люди, рожденные после 1986 года и активно использующие новые технологии. Одной из особенностей этого поколения является отсутствие стремления владеть вещами и взгляд на экономические блага через призму не стоимости блага, а стоимости владения им, а также стремление к выбору такого экономического поведения, которое уменьшит негативное влияние на экологию [1].

Экономику совместного потребления, или sharing economy, как она известна на западе, журнал Time внес в список идей, которые изменят мир в будущем. Однако темпы роста рынка sharing economy (18,2 млрд. долларов в 2017 году, 40 млрд долларов к 2022 и более 70 млрд

к 2025 году; причем потенциальная емкость рынка к 2025г может достигать 335 млрд долларов) показывают, что рынок ЭСП растет быстрее прогнозов экспертов, благодаря ускорившемуся переходу жителей развитых стран от сверх потребления и уничтожения излишков продукции к разумному потреблению, благотворительности, «зеленому» (экологически чистому) производству и стремлению приобретать вещи долговременного пользования.

Концепция ЭСП, как мы ее понимаем сейчас, была сформирована американскими экономистами Ру Роджерсом и Рэйчел Ботсман в 2010 году: пользователю в современных экономических условиях часто выгоднее заплатить за временный доступ к продукту или сервису, чем приобрести его целиком. Это кардинально отличается ЭСП от традиционной экономики, где в результате сделки всегда одна сторона получает продукт или услу-

гу, а другая – деньги, и возврат товара, если в нем не обнаружены дефекты, не предполагается.

#### МЕТОДОЛОГИЯ

Появление и взрывной рост рынка sharing economy стал возможен благодаря цифровизации бизнеса. Она позволила создать сервисы совместного потребления, в котором для участников рынка снижены издержки на поиск контрагента и совершение сделки [2].

Следовательно, необходимо обозначить проблему поиска возможных путей развития ЭСП в России и препятствий ее распространению.

Можно выделить два типа факторов, побуждающих человека принять принципы совместного потребления – социальные и внешние. Социальные основаны на взаимодействиях между людьми – новые знакомства, помощь членам своей группы; внешние подразумевают экономическую выгоду при удовлетворении потребностей.

Основные преимущества sharing economy:

- взятые в аренду вещи не влекут за собой расходы на обслуживание;

- возможность пользоваться товаром, не платя его полную стоимость, позволяет повысить качество жизни при идентичном доходе;

- снижение нагрузки на окружающую среду за счет экономии природных ресурсов на производство товаров;
- экономия времени на поиск контрагента.

Бизнес, функционирующий по принципам совместного потребления, поддерживает рыночный уровень цен благодаря снижению издержек на внутренние бизнес-процессы, минимальному количеству сотрудников, и максимально автоматизированному сервису [3].

Термин ЭСП появился на Западе, и наиболее известные компании, такие как Uber или AirBNB также были основаны там. Uber, к примеру, описывает миссию компании как создание такого сервиса совместного потребления (такси), который бы побудил пользователей отказаться от использования личных автомобилей.

Похожие идеи наблюдаются у множества каршеринговых сервисов – предоставление автомобилей в почасовую аренду практически мгновенно посредством мобильного приложения или интернет-сервиса. На рынке недвижимости Москвы становятся популярными апартаменты – инвестиционная недвижимость, которую владелец может сдавать внаем с полным обслуживанием управляющей компанией. Компания Tesla планирует запустить сервис, работающий по схожему принципу – продажу электрокаров, которые владельцы смогут сдавать в аренду в неиспользуемое время.

Кроме аренды авто и жилья, популярностью пользуются сервисы аренды вещей, помещений для работы, парковочных мест и т.д. Их объединяет то, что часть времени они не используются владельцем, и могут приносить дополнительную прибыль. Такая модель бизнеса обозначается как с2с, или consumer-to-consumer.

Среди популярных в России сервисов ЭСП наиболее известны Авито и Юла – доски объявлений о продаже и аренде товаров и предоставлении услуг, и YouDo – площадка для поиска исполнителя на различные задания [4].

В процессе изучения данной темы автором было проведено анкетирование в социальной сети «ВКонтакте» на тему «Пользуетесь ли вы сервисами совместного потребления, и если да, то какими?» (рис.1). Исследовались ответы людей возрастной категории 18-22 года, со средним достатком, возможно было выбрать несколько ответов. Подавляющее большинство опрошенных (71%) отметили, что используют сервисы такси (Яндекс и Uber); на втором месте Авито (45%), на третьем – BlaBlaCar (20,4%). Это позволяет предположить о популярности сервисов такси, каршеринга и карпулинга из-за высокой цены приобретения и владения собственной машиной. Можно сделать вывод, что для потребителей в ряде случаев большую ценность несет именно эксплуатация, а не владение какой-либо собственностью.

#### Пользуетесь ли вы сервисами совместного потребления, если да, то какими?

Юлия Кругова  
Публичный опрос

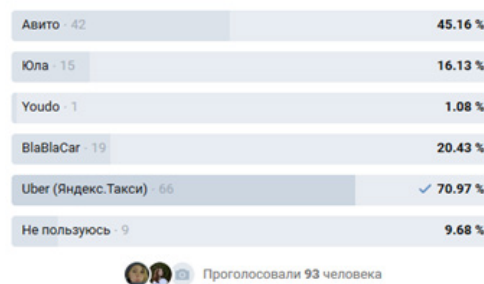


Рисунок 1 – Результаты опроса на тему пользования сервисами совместного потребления

Согласно исследованиям центра Pew, к 2016 году (более поздних исследований не проводилось) 72% населения США когда-либо использовали сервисы совместного потребления, в то время как в России данная категория граждан составляет всего 25%. Средний портрет пользователя – молодой (18-30 лет) мужчина, проживающий в городе-миллионнике и имеющий доход выше среднего.



Рисунок 2 – Структура рынка ЭСП в России, 2016г

Наиболее востребованными в российской ЭСП являются с2с-продажи, на втором месте – фриланс-услуги, на третьем – каршеринг и краткосрочная аренда жилья.

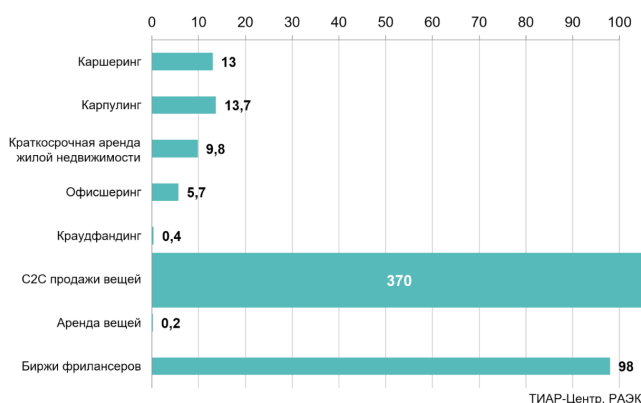


Рисунок 3 – Динамика рынка в 2017-2018 гг., млрд. руб.

#### РЕЗУЛЬТАТЫ

Одной из причин стремительного роста популярности sharing economy в России является отсутствие культуры уплаты налогов с дохода, полученного от таких услуг, что увеличивает дополнительный доход одной стороны и снижает издержки другой. В Великобритании

готовится законопроект, устанавливающий порядок уплаты налогов на доход от сдачи в аренду авто и жилья. В России же законодательно предусмотрен налог в 13% на доход, полученный от сдачи в аренду вещей, а также на доходы от предоставленных фриланс-услуг.

Помимо популяризации самозанятости и работы при помощи интернета, ЭСП способствует снижению нагрузки на транспортную инфраструктуру города и улучшает экологическую обстановку за счет снижения объема выбросов CO в атмосферу. К примеру, только в Москве в 2018г развитие сервисов по прокату велосипедов и самокатов позволило снизить выбросы на 40 тонн [5].

Несмотря на все преимущества ЭСП, в ходе проведенного исследования были выявлены существенные преграды росту этого рынка в России:

- Малая распространенность понятия института репутации, популярного на Западе. Это увеличивает недоверие потенциальных пользователей и к самой sharing economy, и к контрагентам.

- Наличие рисков умышленной порчи товара ради получения компенсации (отсутствие культуры совместного потребления).

- Отсутствие законодательной базы, регулирующей процессы совместного потребления товаров.

- Особенности менталитета граждан.

Последний пункт касается истории нашей страны в период двадцатого века. Во время существования СССР порой гражданам было так сложно достать бытовые товары, что у старшего поколения сложились стереотипы относительно собственности и полноправного владения вещами. Отчасти это объясняет тот факт, что средний российский пользователь шеринговых услуг гораздо моложе американца или европейца [6].

Таким образом, бурный рост ЭСП в России обусловлен вступлением в экономически активную категорию населения представителей поколений Y и Z. С учетом того, что бурный рост sharing economy обусловлен, прежде всего, с2с-продажами через Интернет, использованием такси и каршеринга вместо собственного транспорта и ростом повторного использования вещей, можно говорить о сложившемся векторе развития ЭСП в России. Тренд направлен на шеринг бытовых товаров, услуг, однако отражает менталитет граждан в вопросах приобретения крупных покупок, в первую очередь, жилья. В существующих экономических условиях, когда арендная ставка аналогична выплатам по долгосрочной (10-15 лет) ипотеке, значительная часть населения предпочитает приобретать недвижимость [7].

При этом ситуация с приобретением автомобиля кардинально противоположна (в городах-миллионниках с развитой транспортной инфраструктурой и такси и дефицитом парковочных мест, машина становится экономически невыгодным имиджевым приобретением). Такая ситуация возникает при достижении шеринг-сообществом критической массы, позволяющей снизить издержки до такой степени, что совместное потребление становится дешевле и удобнее приобретения в собственность.

## ВЫВОДЫ

Таким образом, можно спрогнозировать дальнейшее развитие ЭСП в России. С учетом текущей ситуации, основной рост придется на шеринг бытовых услуг и товаров, ресайклинг одежды, развитие интернет-сервисов и т.п. Последнее (относительно работы и фриланса) косвенно позволит повысить мобильность граждан, что затронет и ситуацию с долго - и краткосрочной арендой жилья. Темпы роста российского рынка ЭСП превышают мировые, и в будущем именно шеринг-экономика может стать драйвером роста экономики государства.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Серёгина Виктория Викторовна, Середина Марина Николаевна *Современные тенденции развития экономики совместного потребления (шеринг-экономики) в России* // Концепт. 2019. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-tendentsii-razvitiya-ekonomiki-sovmestnogo-potrebleniya-shering-ekonomiki-v-rossii>

2. Маркеева А.В. *Экономика участия (sharing economy): проблемы и перспективы развития* // Инновации. 2017. №8 (226). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-uchastiya-sharing-economy-problemy-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 09.01.2020).

3. Лымарь Екатерина Николаевна *Экономика совместного потребления в современной России* // Вестник ЧелГУ. 2018. №12 (422). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-sovmestnogo-potrebleniya-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 22.12.2019).

4. Головецкий Николай Яковлевич, Гребеник Виктор Васильевич *Фундаментальные основы экономики совместного потребления* // Вестник Московского университета имени С.Ю. Вумме. Серия 1: Экономика и управление. 2017. №4 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fundamentalnye-osnovy-ekonomiki-sovmestnogo-potrebleniya> (дата обращения: 23.12.2019).

5. Адактилос Александр Димитриосович, Чаус Михаил Сергеевич, Молдован Артём Анатольевич *Шеринговая экономика* // Economics. 2018. №4 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sheringovaya-ekonomika> (дата обращения: 23.12.2019).

6. Ревенко Николай Сергеевич *Новые контуры цифровизации за рубежом и в России: экономика совместного потребления* // Экономика. Налоги. Право. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyye-kontury-tsifrovizatsii-za-rubezhom-i-v-rossii-ekonomika-sovmestnogo-potrebleniya> (дата обращения: 23.12.2019).

7. Симонова Марина Демьяновна, Мамий Ирина Петровна *Рынок транспортных онлайн-услуг России в условиях развития цифровой экономики* // Управление. 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-transportnyh-onlayn-uslug-rossii-v-usloviyah-razvitiya-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 23.12.2019).

Статья поступила в редакцию 12.01.2020

Статья принята к публикации 27.02.2020