УДК 005.4

JEL O3, B52

DOI: 10.17213/2312-6469-2020-5-124-136

МОДЕЛИ ШЕРИНГ ЭКОНОМИКИ

© *Е.Ю. Русяева* 2020

*Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН
г. Москва, Россия*

Структурированы некоторые понятия концепции шеринга. Набирающая популярность концепция шеринга не заменяет классической идеи коллективного пользования товарами или услугами без обязательного владения ими, но дополняет и обогащает ее новыми возможностями при использовании цифровых технологий, онлайн-сервисов. Трансформации подвержены и современные потребительские запросы, в силу чего появляются новые модели бизнеса. Появление новых реалий формирует и новый терминологический аппарат, требующий адекватного осмысления и встраивания в исследовательскую парадигму. Представлен авторский подход к систематизации терминов-неологизмов. Показаны вызовы и поиски решений в постепенно формирующемся цифровом мире шеринг экономики. Предположено, что, поскольку шеринг экономика лишь в стадии формирования, то, как и всем современным цифровым системам, ей недостает правового регулирования. В этом сегменте экономики становление во многом адекватно реальным институтам социального устройства. Здесь быстро воспринимаются и адаптируются инновации, в итоге шеринг экономика может стать флагманом концепции экономики замкнутого цикла в России, обеспечивая экономический рост за счет более эффективного использования уже имеющихся ресурсов, совместного и повторного потребления произведенных товаров.

Ключевые слова: шеринг экономика, классифайды, цифровые сервисы, модели P2P «Peer- To-Peer», B2P (Business-To-Person), P2B (Person-To-Business).

MODELS OF SHARING ECONOMY

© *E.Y. Rusyaeva* 2020

V.A. Trapeznikov Institute of Control Sciences RAS, Moscow, Russia

It is pointed out that the concept of economic sharing, which has recently gained popularity, does not replace the traditional idea of collective use of goods or services without mandatory possession, but complements and enriches it with new opportunities due to the use of digital technologies, online services. Modern consumer demands are also subject to transformation, which is why new business models are emerging, and the emergence of new realities, terms-neologisms requires their adequate understanding and terminological systematization. The author's approach to the conceptual structuring of neologisms is presented, the appearance of which in large numbers leads to semantic blurring in this innovative sphere. The

challenges and the search for solutions in the gradually emerging digital world of economic sharing are shown. It is assumed that since the economy is only at the stage of its formation, like all modern digital systems, it obviously lacks legal regulation of many issues to fully develop its models. In addition, all innovations are quickly perceived and adapted in this area, and as a result, the sharing economy may become a flagship of the concept of an economy circular cycle in Russia, ensuring economic growth through more efficient use of already available resources, sharing and reuse of produced goods.

Keywords: *sharing economy, classifides, digital services, P2P models «Peer-To-Peer», B2P (Business-To-Person), P2B (Person-To-Business).*

1. Введение

То, что в последнее время широкую известность получила концепция шеринг экономики, позиционирующаяся как экономическая модель совместного потребления, связано с активным развитием онлайн-сервисов. Фактически, сама идея шеринга как коллективного пользования товарами или услугами без обязательного владения ими далеко не нова, существовала и раньше. По сути, на практике, экономикой шеринга (от англ. share — делиться) не вытесняют модели традиционной экономики, а лишь трансформируются под новые реалии. Так, к примеру, владение частной собственностью отнюдь не исключается, и никто никого не призывает лишаться преимуществ обладания ею. Просто концепция нынешнего шеринга как бы помогает несколько сглаживать недостатки классического владения чем-либо. Для начала, если нет наследства, за владение той же недвижимостью нужно заплатить немалую сумму, затем платить налоги, страховку, оплачивать коммунальные услуги и пр. Но если есть возможность сдать квартиру/комнату/койку в аренду, то часть расходов можно компенсировать и т.д.

Сейчас с расширением возможностей комплекса информационных технологий — наличия персональных компьютеров, мобильных устройств, проведением средств связи (ИКТ¹), интернета, актуального ПО², приложений и прочего, оповещать/узнавать о доступе к сдаваемым ресурсам стало гораздо легче, оперативнее. Если раньше людям приходилось пользоваться печатными объявлениями (доска объявлений, публикации в разных медиа), то теперь стоит разместить предложение/запрос на так называемом классифайде — сайте объявлений, и через минуты можно получить отклик.

Цифровые платформы, сервисы, предоставляющие площадки для объявлений и являющиеся посредниками между заказчиком/исполнителем, могут быть как горизонтального типа, предоставляя возможность объявлений по широкому спектру услуг, так и вертикальные, специализирующиеся на конкретной сфере. Не стоит забывать также и широких возможностях оповещения в соцсетях, пользователи которых, кстати, одними из первых

¹ ИКТ — информационно-коммуникационные технологии.

² ПО — программное обеспечение.

стали использовать принцип «сарафанного радио», основанный на доверии «равного-к-равному» (peer-to-peer), такому же, как я.

В связи с быстрой трансформацией прежних, классических запросов потребителей товаров/услуг, стали модифицироваться и модели экономики. В самой сфере экономики появилось множество неологизмов. С одной стороны, это естественный процесс, когда необходимо именовать новые реалии, с другой – происходит наложение, а порой и смешение семантик, что порой ведет к «засорению», а не прояснению новых сущностей.

С целью уточнения некоторых понятий шеринг экономики, прояснения их связи с терминами традиционной экономики, мы провели в данной статье систематизацию, что схематично представлено в Таблице 1. Разумеется, это лишь начальный этап работы в данном направлении, ведь информационный поток лишь нарастает, а регулирование отстает. Думается, что необходимость в смысловой, концептуальной «расчистке» в данной инновационной сфере будет только увеличиваться.

2. Кратко о концепции шеринг экономики

Сразу поясним, что в дальнейшем мы будем пользоваться именно понятиями концепция¹ шеринга², поскольку в них, на наш взгляд, сконцентрирован смысл того, что подлежит рассмотрению. Итак, основная идея концепции шеринга заключается в том, что благодаря цифровым технологиям расширился спектр возможностей коллективного пользования товарами или услугами без обязательного владения ими. Хотя, в действительности, как отмечается во многих работах, в частности [2, 3, 4], институты аренды и совместного, поочередного владения чем-либо существовали уже очень давно. В краткосрочную аренду сдавалось многое, от книг и одежды (например, смокинги), до любых средств передвижения (лошади, автомобили, затем трактора и пр.). Теперь же, согласно трактовке директора Центра научно-технологического прогнозирования Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ Александра Чулока, «современная шеринг-экономика основана на принципиально иной поведенческой модели потребителя. Ключевых факторов тут два:

¹ Концепция – это умозрительная система, выражающая определённый способ представления, понимания, трактовки каких-либо предметов, явлений, процессов и презентирующая ведущую идею и/или конструктивный принцип, реализующие определённый замысел в той или иной теоретической знаниевой практике [1].

² Шеринговая экономика (sharing economy, «to share» – делиться) – это экономика совместного потребления (Collaborative Consumption). Её основная идея заключается в том, что потребителю часто выгоднее и удобнее платить за временный доступ к продукту, чем владеть им. Шеринг экономика трактуется как часть новой культуры и экономическая бизнес модель, когда с помощью цифровых технологий и онлайн платформ люди могут обмениваться теми активами, которые они на данный момент не используют. Причем активами может быть все, что угодно: от владения какими-либо знаниями и навыками с возможностью их трансляции (репетиторство, тьюторство и т.д.), до доли от недвижимости (сдача в аренду квартир, комнат и пр.), места в машине, и/или любых вещей (одежды, обуви, самокатов и пр.) [5].

1. В былые времена арендовали в основном то, что было не так просто приобрести (из-за нехватки средств, дефицита и так далее). Сейчас пользователи шеринг-сервисов просто этого не хотят, предпочитая не загружать жизненное пространство, тратить ресурсы на что-то иное, быть экологически и этически более «дружелюбными».

2. Брать что-то напрокат и завершать аренду стало гораздо быстрее и проще благодаря развитию технологий и ИТ-платформ» [3].

То есть, теперь к традиционной экономической модели обмена «товар – деньги – товар» добавился новый ингредиент – оперативность, мобильность, оптимизация затрат на основе применения новых цифровых технологий. В итоге вокруг классической концепции удобства от общественного использования некоего блага, ресурса (бани, библиотеки и пр.) вырос целый спектр новых актуальных трендов. Появился даже новый термин – «зашерить» (далее без кавычек), то есть применить для совместного пользования, и сейчас в этом значении используется практически всё: от предметов роскоши (luxury сегмент – лакшершеринг), косметики (бьютишеринг), животных (зоошеринг), до медикаментов (аптекашеринг) и еды (фудшеринг). Причем, не обязательно на этом зарабатывать, можно просто отдавать безвозмездно или утилизировать (например, медикаменты) без вреда для природы (есть уже и экошеринг).

Сейчас концепция шеринг экономики затронула обмен не только между людьми, но и между компаниями, институтами, например, совместное пользование сервисами хранения данных, набором экспертов и т.д. Получается, что следование этому тренду порождает в мире все больше стартапов, встраивающих все более разнообразные «сущности» – предметы, услуги, функции техсистем и пр. в эту логику совместного потребления [3].

Нельзя не рассказать и о появлении еще одного важного неологизма шеринга, ставшего буквально символом этого движения. Речь идет об «уберизации», термине, ставшем производным от названия компании Uber. Теперь этим термином обозначают явление, когда компании, «из поставщиков конкретных товаров превращаются в поставщиков сервисов. Как Uber предлагает не сам автомобиль, а услугу по перемещению из одного пункта в другой, так и производители медицинского оборудования продают не само оборудование, а саму возможность сделать УЗИ или МРТ» [6].

Стоит указать еще один важный аспект, связанный с экспансией шеринга. Трендом современного инновационного развития становится концепция экономики замкнутого цикла, которая становится, как отмечалось в [7] «альтернативой традиционной линейной экономической модели, позволяет обеспечить экономический рост за счет более эффективного использования имеющихся ресурсов, совместного (sharing economy) и повторного потребления произведенных товаров, переработки отходов и производства товаров из вторичных ресурсов» [7]. Действительно, как со-

общается в консалтинговой компании ТИАР-Центр снизить негативное воздействие на окружающую среду можно посредством того же каршеринга, его экономическим и экологическим эффектом, а при помощи фудшеринга можно предотвратить продовольственные потери¹ и т.д. Получается, что вектор шеринг-экономики, который сам еще только формируется, несет с собой набор новых, еще не до конца понятых и, тем более, еще недоосвоенных возможностей. К ним можно отнести и «умный город» с постепенным развитием интеллектуальной транспортной и жилищной системы, и рациональное использование ресурсов, и ответственное потребление, и создание новых бизнес-моделей [8].

Интересное исследование шеринг экономики представлено в работе [2], в терминах авторов – это экономика совместного потребления – ЭСП, причем стоит его качественно отличать от ЭПИ – экономики совместного использования. В исследовании подчеркивается, что сама идея совместного потребления использования бывших в употреблении товаров в нынешних условиях развития постиндустриальных технологий подлежит пересмотру. Стоит по-новому оценить прежние явления, а, возможно, и пересмотреть их инклюзивный² потенциал. Многие из прежнего постепенно становятся важнейшим качественным фактором современного социума. Так, сейчас «к так называемой экономике совместного использования» можно отнести большинство сделок в современной экономике, представляющей высокоспециализированную и кооперированную организацию производства и потребления. Мимикрируя под модную модель ЭСП, многие компании, находясь в рамках производственной кооперации с другими хозяйственными субъектами, стремятся показать себя креативными, инновационными, нарастить общественный капитал» [2].

Итак, еще не сформировавшись полностью, имея множество определений во всех языках, тем не менее, сама по себе концепция шеринга становится модным трендом, под нее пытаются подстроиться, чтобы выглядеть модными и современными, те компании, которые практикуют вполне традиционные модели бизнеса.

Рассмотрим далее эти модели подробнее, а здесь стоит указать основные вызовы и поиски их решения системами, относящимися напрямую к шеринг экономике. Базовой ценностью здесь является доверие и репутация участников сделок. Ведь на самом деле возникает множество вопро-

¹ Ежегодно в России на помойку отправляется около 17 млн тонн продуктов, подсчитали эксперты Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) и консалтинговой компании «ТИАР-Центр». Оказываясь на свалках, еда выделяет порядка 2,4 млн тонн метана — сильного парникового агента. Если бы эти 17 млн тонн еды можно было сохранить, ее бы хватило, чтобы кормить 30 млн человек в течение года. Выброшенная еда составляет около 28% всех твердых коммунальных отходов в стране, и обычные граждане вносят в эту цифру немалую лепту [8].

² Инклюзивный (фр. *inclusif* – включающий в себя, заключающий в себе) – распространяющийся на более широкий круг предметов.

сов, например, какие гарантии, что арендованную вещь вернут в целости и сохранности, а после сдачи квартиры в аренду не придется делать капитальный ремонт (за счет хозяев квартиры)? Как обеспечить сохранность автомобилей каршеринговым компаниям? По сути, сейчас шеринговым компаниям придется каким-то образом объединять цифровой образ и реальную личность человека с его сложным миром «человеческого, слишком человеческого». Вот поэтому шеринг сервисы и приложения требуют от своих пользователей загрузки персональных данных, паспорта, водительского удостоверения, номера кредитной карты. А это, в свою очередь, ведет к деперсонализации личных данных, они ведь могут совсем некстати появиться, «засветиться» в многочисленных базах данных, а затем и оказаться в руках мошенников.

Сейчас почти все сервисы вводят рейтинговую систему, а у каждого участника есть свой уникальный аккаунт, где отмечаются все плюсы и минусы пользователя. Проблема правовых регуляторов в том, что они не успевают за стремительным ростом новых технологических возможностей, а вот мошенники как раз быстро овладевают инновациями. Так что риски пока велики, как и открывающиеся позитивные возможности. Поскольку законодательство пока за развитием в сфере шеринга не поспевает, то некоторые сервисы ищут решения в виде страхования ответственности [9].

3. Модели экономики шеринга, систематизация терминов

Сразу поясним, что будем использовать термин «модель»¹ в более узком, конкретном значении, то есть, модель здесь – это схематичный, упрощённый образ изучаемого объекта. В этом ракурсе рассмотрим как традиционные, так и новые и/или обновленные модели бизнеса при взаимодействии поставщиков/производителей товаров, услуг и потребителей. Напомним, что основной целью работы является содержательное уточнение уже имеющихся понятий. Итак, обычно выделяют следующие конструкции – B2B, B2C. Их расшифровка традиционна: B – бизнес (юрлицо), C – потребитель (физлицо). Функции модели:

- Сегмент B – товар или услуга покупается с целью дальнейшего заработка.
- Сегмент C – удовлетворение потребностей.

В B2B-модели основная ставка делается на то, какую выгоду компания сможет извлечь из приобретенного товара. Наиболее распространенным видом электронной коммерции в настоящее время является модель B2C (business-to-consumer). Сюда относят все виды бизнеса, деятельность которых основана на продаже товаров и услуг потребителям через сеть интернет.

¹ Модель – это форма отображения определённого фрагмента действительности (предмета, явления, процесса, ситуации) – оригинала модели, которая содержит существенные свойства моделируемого объекта и может быть представлено в абстрактной (мысленной или знаковой) или материальной (предметной) форме [1].

Сейчас быстро набирает популярность и модель C2C – Consumer-to-consumer, буквально – «потребитель для потребителя». В системе электронной торговли эта модель обозначает взаимодействие конечного потребителя (consumer) с конечным потребителем для заключения какой-либо сделки. Эта модель определяется тем, что ни покупатель, ни продавец не являются предпринимателями в юридическом смысле. Для примера современного успешного применения этой модели можно привести онлайн аукционы (EBay), сайты пользовательских объявлений, (например, Craigslist и Gumtree).

Отметим, что в концепции шеринг экономики можно встретить все известные модели (см. табл. 1), но есть также и новые компоненты. Например, это структура P2P, в определенном смысле именно она отразила новый виток трансформаций потребительских запросов в экономике нового типа. Эта новая модель бизнеса peer-to-peer, где потребитель станет клиентом («пиром») и одновременно предпринимателем в широком смысле этого слова, то есть создателем. Существует также P2P-торговля, при которой потребитель продает или сдает в аренду товар другому потребителю (сайт Airbnb, Avito и др.).

В этой модели есть и новый принцип, заключающийся в том, чтобы не просто что-то сдать и/или создать, построить, а после предложить другим, а научить других или создать такие условия, при которых это что-то могут сделать и другие. Уточнения приводятся в [10], где даются примеры новой тенденции в шеринге, когда создается новая предпринимательская сеть «тебе доступно то, что создаю я, и ты можешь вдохновить на создание чего-либо третьих лиц в нашей цепочке, чтобы они вдохновили четвертых, и так далее. Выходит шеринг предпринимательства в геометрической прогрессии. Entrepreneur-to-entrepreneur-to-entrepreneur. И все это peer-to-peer. И все это равный – равному» [10]. Например, в сфере строительстве есть известный проект чилийского архитектора А. Аравены – Half of a Good House. Аравена решил построить половину дома: каждой семье был предоставлен бетонный каркас с кухней, ванной и крышей, а оставшиеся полдома все жители со временем достроили сами. «Таким образом, идея соавторства показала не только экономический, но и социальный эффект». В Великобритании предприниматель Хью Фернли-Уиттингстол не предлагает людям землю, а с помощью онлайн площадки Landshare объединяет землевладельцев и начинающих садоводов с тем, чтобы они вместе выращивали для себя еду. «Сейчас только в Великобритании в огородный нетворкинг вовлечены свыше 60 тысяч человек (землю предоставляют частные пользователи, футбольные клубы, общежития и даже церкви)» [10].

В сфере образования Майкл Карньянапракорн создал онлайн-сообщество Skillshar, превратив квартиру в образовательный кампус, где нет границ между учеником и учителем. За небольшой членский взнос

(\$10 в месяц) можно организовать свою лекцию или получить доступ к другим (лекции в области дизайна, бизнеса, анимации, кулинарии).

Наиболее известные проекты в сфере финансов – краудлендинг. Одна из самых известных цифровых платформ – Kiva, созданная Мэттом и Джессикой Флэннери. С ее помощью кредиторы (пиры) помогают предпринимателям из развивающихся стран начать или укрепить свой бизнес. «Кредиторы выбирают заявку, которую хотели бы профинансировать, и делают взнос (минимум \$25). На сегодняшний день 2,8 млн предпринимателей из 86 стран получили более \$1,1 млрд микрокредитов» [10].

В нашей стране краудлендинг активно применяют крупные банки, финансовые организации, фактически – это займы физическим лицам и бизнесу, при которых инвесторы получают гарантированный процент от вложенной суммы и полностью возвращают себе вклад по истечении установленного срока. Электронный сервис сводит вместе кредиторов и заемщиков, заемщик проверяется, ему присваивается кредитный рейтинг, гарантирует проведение сделки и оставляет себе процент. Кредитор и заемщик договариваются об условиях займа: сроках и процентах. Несколько инвесторов могут вкладываться в один заем. Различают займы между физлицами (p2p-кредитование), между компаниями (b2b-кредитование) и займы компаниям от физических лиц (p2b-кредитование). «В России популярнее и безопаснее p2b-кредитование. Бизнес тщательнее проверяют, он надежнее как заемщик. Компании берут в долг, чтобы решить конкретные задачи, на которые срочно нужны деньги: закупить материалы, поучаствовать в тендере, исполнить обязательства, рассчитаться с поставщиками. Средняя сумма привлеченных инвестиций для одного проекта в 2017 г. составила 900 000 руб.» [11].

Ну и совсем недавно вошедшее в моду понятие модели b2p – business-to-person, «бизнес для человека». Отметим, что основной целевой аудиторией для этой модели шеринга, как, впрочем, и для всех других, являются в основном пользователи социальных сетей и ИКТ. Это одно из новых, окончательно не устоявшихся понятий экономики шеринга, появившееся вместе с развитием цифровых технологий. В нынешней ситуации возможности оцифровки множества сущностей, модель b2p начинает трактоваться как новые возможности взаимоотношения бизнеса и потребителей. Здесь акцент ставится не на некоего абстрактного бизнес партнера, «клиента», а на человека как личность со своим уникальным внутренним миром [12]. Хотя, по сути, за красивыми фразами этого подхода к человеку кроется все же тот факт, что сейчас у цифровых платформ, дополненных технологиями искусственного интеллекта (ИИ), появилась возможность отслеживать вкусы, привычки, привязанности и предпочтения человека по его «цифровому» следу. Это могут быть клики на сайтах, поиски товаров и услуг, выбор музыки и развлечений, и пр.

Таблица 1

Структура понятий шеринг-экономики

Концепция шеринга: тип потребления без владения, акцент на аренду/найм товаров и/или услуг, любых ресурсов посредством онлайн платформ, открытости сделки	МОДЕЛИ		
	B2C, C2C B2B – «бизнес для бизнеса». C2C (Consumer-To-Consumer, «Потребитель для Потребителя»	P2P Peer-To-Peer: равный – равному P2B (Person-To-Business) человек-бизнесу)	B2P Business-To-Person: «бизнес для человека»
Назначение услуг	Каршеринг (попутная аренда машины, водитель вы). Коворкинг – аренда места в офисе. Фудшеринг – раздача еды, аптекашеринг – раздача и/или безопасная утилизация лекарств, зоошеринг	Огородный нетворкинг – вырастить собственную еду. Краудлендинг- процентные займы физ. и юр лицам (P2B) без банков и кредитных организаций. Вовлечение жителей в строительство (дострой дом сам)	Разное, если в медийном консалтинге задача укрепления доверия к руководству, то в продаже товара персональное предложение для вас, под ваши запросы, интерес и пр.
Принципы взаимодействия	Сдача кем-либо ресурса, услуги, в пользование лицу (физ. (C) или юр. (B)). Прокат/аренда мест в автомобиле с водителем и/или без, места на парковке, в квартире, в офисе	Не самому что-то создать, построить, а создать условия, чтобы могли построить другие - «не давай рыбу, научи удить». Ставка на общение в децентрализованных социальных сетях	Искать подход не к абстрактному потребителю, а к конкретному лицу, персонализировать предложение, для этого нужно собрать больше информации о нем как о человеке
Классифайды – сайты объявлений, сервисы (горизонтальные – широкий спектр услуг, вертикальные - на конкретной сфере)	Spinlister, Wework, Regus, Breather, Google, Amazon, Tencent, Alibaba, Яндекс, Taskrabbitt	Half of a Good House, Landshare, Skillshare Airbnb, Avito, YouTube, YouDo и др.	Amazon.com, Dell Computers, Обувь Nike, Озон и др. Медиа-консалтинг – PRCB https://prcb.ru/
Целевая аудитория	Любые физ. и юр. лица, имеющие в собственности что-то пользователи онлайн-сервисов, соцсетей	Пользователи соцсетей, онлайн-ресурсов. Любые физ. и юр. лица.	Пользователи соцсетей, онлайн-сервисов. Любые физ. и юр. лица, персонал компаний, ЛПР, члены семьи сотрудников и т.д.

Так что по форме, модель B2P (Business-To-Person) – это такой подход к маркетингу, например, на B2B-рынке, где «маркетинговые сообщения направлены не к абстрактному представителю другого бизнеса, а к конкретной персоне – лицу, занимающему определенную должность, полностью или частично ответственному за принятие решений о покупке определенных товаров или услуг» [13].

В качестве примеров цифровых платформ здесь можно привести Amazon.com, который использует информацию о том, что клиент просматривает или уже купил, чтобы предложить другие товары. Своеобразно поступает и площадка Dell Computers, которая дает клиентам возможность «создавать свои собственные компьютеры», делая выбор на основе компонентов. Брокеры по недвижимости, которые могут использовать личный IP-адрес клиента, чтобы предлагать ему дома для продажи в районе проживания. Предприятия малого бизнеса с фан-страницами Facebook, могут общаться с фанатами на индивидуальной основе, и т.д.

Итак, в табл. 1 приведены основные современные модели бизнеса, акцент сделан на новые модели (выделены полужирным шрифтом) шеринг экономики. Отметим также, что модели P2P и особенно B2P, как правило, ориентированы на привлечение людей через социальные сети. При этом онлайн-ресурс определяется продуктами или услугами компании, и если товар предназначен напрямую потребителям, то здесь актуальны сети Facebook и Vebo. А если целевые группы являются экспертами, то помогают LinkedIn, Innocentive или TopCoder, они позволяют зарегистрированным пользователям активно обмениваться мыслями и обсуждать определенные проблемы, делиться ценностями или даже разочаровываться. То есть, модель B2P позволяет говорить о гуманизации бизнеса, так как личный контакт с клиентами позволяет повысить уровень лояльности и узнаваемости компании среди конкурентов [14].

Также добавим, что сейчас набирает популярность возможность совместного инвестирования, эти платформы называют фандрайзинг и краудфандинг (от англ. Fundraising и Crowdfunding). Самая известная площадка Kickstarter, также весьма успешны GoFundMe, IndieGoGo, FundLy.

Не так давно с помощью краудфандинга были собраны деньги на съемки фильмов: «Железное небо» (Тимо Вуоренсола, бюджет \$7,5 млн., доля средств 16%), российский проект «Двадцать восемь панфиловцев» (Андрей Шальопа, Ким Дружинин, доля народных средств 51%, бюджет 61 млн. рублей) и др. [9].

Заключение

Итак, отметим, что тема шеринга сейчас становится все более популярной в России и, естественно, «обрастает» новой терминологией. Есть немало исследований по поводу того, какие типы шерингов набирают большую популярность (велошеринг – аренда велосипедов или сервис попутчиков – BlaBlaCar, BeepCar), но пока мало работ, «прочищающих» те-

заурус этой сферы. Напомним, что целевая аудитория шеринга – пользователи соцсетей и цифровых сервисов. В становящейся виртуальной реальности сейчас так много неологизмов, что никто уже не удивляется появлению новых, более того, есть мода на создание новых. На наш взгляд, стоит проводить семантико-структурное упорядочение уже появившейся новой лексики с целью прояснения понятий, экспликации сущностей, расколдовывать, а не замутнять, «заколдовывать», выдумывая новые понятия.

Что касается практики, то стоит указать, что постоянно расширяют свои услуги, совершенствуют информационные возможности цифровые сервисы, например, Avito, Юла. Появился даже шеринг по инновациям и обмену идеями, сервисы в области дизайна, архитектуры, конструкторских бюро Quirky, существуют фудшеринг платформы [6, 8].

Есть и публикации на тему «как чувствует себя шеринг-экономика в период COVID-19?» [15]. Но особенно «радуют» прогнозы, которыми эксперты в шеринг экономике делятся с читателями. Хотя, как очевидно показал коронакризис, строить слишком оптимистичные планы на линейных зависимостях очень непродуктивно.

В итоге хочется подчеркнуть, что как мы отмечали в [16] по поводу развития цифровой технологии блокчейн, «те узлы-посредники, которые системно необходимы для функционирования в реальном мире, оказываются системно необходимы и в мире блокчейна. Таким образом, мы воссоздаем иерархически упорядоченную систему социальных институтов, однако добавляем обязательность и прозрачность выполнения контрактов». Все эти заключения с полным правом можно отнести и к развитию шеринг экономики. Эта сфера пока из списка не установившихся в силу новизны становления и самих цифровых реалий, которые здесь используются, и в силу трансформации потребительских запросов, и в силу правовой неурегулированности, что отчасти объясняется высокими темпами внедрения здесь инноваций.

Сейчас, в ситуации вынужденной изоляции, на карантине, люди стали еще активнее пользоваться цифровыми сервисами, искать и предлагать товары и услуги. Растет и рейтинг доверия к участникам сделки, который формируется из действий пользователей, что отслеживается по их аккаунтам. Все же вопросов здесь пока больше, чем ответов. Целью статьи было положить начало систематизации понятий в данной сфере экономики. Работа в этом направлении будет продолжена.

Литература

1. Концепция. Модель [Электронный ресурс, дата обращения 25.06.2020]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/concepts/6890>, <https://gtmarket.ru/concepts/7024>.
2. Авдокушин Е.Ф., Кузнецова Е.Г. Экономика совместного потребления: сущность и некоторые тенденции развития // Экономика и бизнес. 2019. № 2 (54).

3. Передай другому: что такое экономика шеринга [Электронный ресурс, дата обращения 17.06.2020]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5e73fbc29a794707401b6532>.
4. Русяева Е.Ю. Gig-экономика (гигономика) и коронакризис // Экономика коронакризиса: вызовы и решения (Сборник научных трудов). – М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2020. С. 226-245.
5. Sharing or paring? Growth of the sharing economy // [Электронный ресурс, дата обращения 19.06.2020]. – Режим доступа: <https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf>.
6. Всюду шеринг: что такое экономика совместного потребления [Электронный ресурс, дата обращения 10.06.2020]. – Режим доступа: <https://rb.ru/story/share-it/>.
7. Круглый стол в МГУ по продвижению принципов экономики замкнутого цикла в России [Электронный ресурс, дата обращения 15.06.2020]. – Режим доступа: <https://tiarcenter.com/project/rossiya-i-tsirkulyarnaya-ekonomika-vozmozhnosti/>.
8. Мы делили апельсин: какую пользу несет фудшеринг обществу [Электронный ресурс, дата обращения 15.06.2020]. – Режим доступа: РБК: <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5de4db909a7947ed26caa145>.
9. Экономика совместного потребления, или шеринговая экономика [Электронный ресурс, дата обращения 18.06.2020]. – Режим доступа: <https://red-circule.com/articles/sharing-economy>.
10. Надо делиться: как шеринг-экономика превращает потребителя в предпринимателя [Электронный ресурс, дата обращения 12.06.2020]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/turbo/s/forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/360815-nado-delitsya-kak-shering-ekonomika-prevrashchaet-potrebitelya-v>.
11. В чем разница между краудинвестингом и краудлендингом [Электронный ресурс, дата обращения 15.06.2020]. – Режим доступа: https://zen.yandex.ru/media/id/5a3baaae256d5ca91fc90a17/v-chem-raznica-mejdu-kraudinvestingom-i-kraudlendingom--5ba35a6f2e368400a92143e7?utm_source=serp.
12. B2P (Business-To-Person) [Электронный ресурс, дата обращения 15.06.2020]. – Режим доступа: <http://certisfera.ru/news/category/b2p>.
13. Фирменный стиль и контент для индивидуальных клиентов. Консалтинговая группа PRCB [Электронный ресурс, дата обращения 20.06.2020]. – Режим доступа: <https://prcb.ru/>.
14. B2P-маркетинг или новый формат сотрудничества? [Электронный ресурс, дата обращения 10.06.2020]. – Режим доступа: <https://jgdb.com/business/marketing/types-of-marketing/what-is-b2p-marketing-or-new-format-of-cooperation>.
15. Шеринг-сервисы: выживание и развитие в корона-кризисе [Электронный ресурс, дата обращения 25.06.2020]. – Режим доступа: <https://tiarcenter.com/shering-servisy-vyzhivanie-i-razvitie-v-korona-krizise/>.
16. Салтыков С.А., Русяева Е.Ю. Блокчейн в индустриальной экономике: вызовы и ответы // Вопросы новой экономики. 2018. № 2 (46). С. 20-26.

Поступила в редакцию

15.09.2020

Русяева Елена Юрьевна – кандидат философских наук, старший научный сотрудник Института проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, г. Москва, Россия.

Rusyaeva Elena Yur. – Candidate of Sciences (Philosophy), Senior Researcher at the V.A. Trapeznikov Institute of Control Sciences of Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia.

Россия, 117997, Москва, ул. Профсоюзная, 65
65, str. Profsoyuznaya, Moscow, 117997, Russia
e-mail: 1779624@ mail.ru, rusyaeva@ipu.ru