

Мария Владимировна БАТЫРЕВА¹
Дарья Юрьевна АГАФОНОВА²

УДК 316.4

ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ*

¹ кандидат социологических наук, доцент кафедры общей и экономической социологии, Тюменский государственный университет
m.v.batyreva@utmn.ru; ORCID: 0000-0001-6588-5469

² студентка магистратуры,
Тюменский государственный университет
dashaagafonova744@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена комплексному изучению новой социально-экономической модели — экономике совместного потребления, которая получила глобальное распространение за счет цифровой трансформации бизнеса и активной интеграции информационно-коммуникационных технологий в повседневную жизнь человека. Интерес к проблематике совместного потребления обусловлен стремительным развитием цифровых сервисов для обмена благами, ростом количества участников и экономических секторов, задействованных в экономике совместного потребления. Методологический подход этого исследования включает в себя обзор зарубежной и отечественной литературы, посвященной совместному потреблению, с акцентом на эмпирические данные. Реализовано кейс-стади зарубежных практик совместного потребления в сельской местности.

* Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ (грант № 20-011-00087 «Институциональные факторы и формы развития сельских территорий»).

Цитирование: Батырева М. В. Экономика совместного потребления как социально-экономическая модель / М. В. Батырева, Д. Ю. Агафонова // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2022. Том 8. № 2 (30). С. 81–105.

DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-2-81-105

В исследуемой проблематике центральными становятся вопросы сущности и основания экономики совместного потребления, а также условий ее развития. Выявлены подходы российских и зарубежных авторов к определению экономики совместного потребления. Попытка систематизации понятийного аппарата модели совместного потребления позволяет выделить основные ее характеристики: одноранговое взаимодействие, временный доступ к недоиспользованным активам, посредничество экономических агентов через онлайн-платформы.

Обзор эмпирических данных позволил сделать вывод, что социально-экономическая модель совместного потребления развивается в России активными темпами. Экономика совместного потребления в общем объеме транзакций в течение двух лет показала положительные темпы роста. Лидирующими сегментами являются C2C-продажи, P2P-услуги и каршеринг.

На основании анализа зарубежных кейсов найдены эмпирические доказательства роли экономики совместного потребления в инновационном развитии сельских районов. Применение логики совместной экономики в уникальных условиях развития сельских районов может развивать сельский туризм и помочь в преодолении финансовых ограничений, с которыми сталкиваются фермеры при доступе к дорогостоящему сельскохозяйственному оборудованию.

Ключевые слова

Экономика совместного потребления, совместное потребление, цифровизация, онлайн-платформы.

DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-2-81-105

Введение

В рамках Индустрии 4.0 сегодня наблюдается процесс диджитализации, характеризующийся полным проникновением Интернета и внедрением информационно-коммуникационных технологий во все сферы человеческой жизни и промышленности. Диджитализация меняет не только бизнес-процессы компаний, но и поведение потребителей.

Наряду с этим в рамках концепции совместного потребления происходит переход от традиционной модели «фирма-потребитель» к совместному потреблению благ на основе цифровых сервисов, где главными участниками становятся непосредственно сами потребители. Посредством использования интернет-технологий потребители совершают экономическое действие. Цифровые площадки позволяют организовывать «consumer-to-consumer» (C2C) взаимодействие с целью бартера и аренды, совместного использования активов. В связи с данным обстоятельством изучение цифровой трансформации бизнеса, включая экономику совместного потребления, становится все более актуальным как для академических исследований, так и для практики.

Особое научно-теоретическое значение для анализа экономики совместного потребления имеет то, что цифровая трансформация бизнеса повлекла за собой снижение транзакционных издержек, повышение доступности сервисов для более широкого круга экономических агентов, вследствие чего появилась возможность обмениваться товарами и услугами без посредников, что значительно изменило структуру экономики. Можно говорить о том, что сформировалась новая культура потребления — люди предпочитают не владеть товарами, а получить их во временное пользование. Стремительное развитие цифровых сервисов для обмена благами, все большее количество участников и экономических секторов, задействованных в экономике совместного потребления, во многом подтверждают валидность данного вывода.

Тема экономики совместного потребления является актуальной, она породила множество важных социологических вопросов о доверии между незнакомцами, социальном неравенстве и его связи с традиционной капиталистической экономикой. Несмотря на имеющуюся научную литературу до сих пор нет согласия относительно того, как определять и измерять экономику совместного потребления, и нет консенсуса относительно того, является ли экономика совместного потребления частью или альтернативой традиционной капиталистической парадигме. Данное обстоятельство подтверждает наличие дискурса. Повторяющаяся тема в дискуссиях об экономике совместного потребления заключается в том, что она ускорила внедрение рыночных отношений в ранее немонетизированные сферы социальной жизни. Повседневные практики, такие как вождение личного автомобиля, содержание дома, преобразуются в меновые ценности или механизмы получения дохода. Эта линия критики утверждает, что платформы совместного потребления вписывают коммерческую логику в повседневную жизнь [22]. В этом смысле платформы совместного потребления вынуждают поставщиков участвовать в конкурентных маркетинговых практиках, использовать методы управления брендом, которыми ранее пользовались только корпорации, и технологии рейтингов, которые стирают грань между частной или нерыночной жизнью и публичным миром коммерческой деятельности. Показательным примером является коммерческая трансформация хакатонов (форум для разработчиков, во время которого специалисты из разных областей разработки программного обеспечения сообща решают какой-либо кейс), платформа теперь предоставляет корпорациям спонсорские возможности (реклама), которые приглашают пользователей соревноваться за внимание и денежные вознаграждения [32]. Имеются основания полагать, что платформы совместного потребления постепенно корректируют свою идентичность в соответствии с тенденцией маркетинга.

Описанному выше критическому взгляду противоречат научные изыскания ранних исследователей экономики совместного потребления, которые видели в этой концепции стремление превзойти традиционные рыночные принципы и создать эгалитарную, общинную и устойчивую альтернативу капитализму. Подтверждают тезис об экономике совместного потребления как альтернативы

капитализму исследования, в которых основное внимание уделяется взглядам самих участников потребления. Респонденты в исследовании С. Фитцмориса (С. Fitzmaurice) рассматривали свою деятельность как альтернативу корпоративному рынку, а не как его продолжение [17]. Участники совместного потребления исходят из социальных устремлений, а не коммерческих. Исследование хозяев недвижимости Airbnb и каучсерфинга показало, что даже если изначально они мотивированы стремлением к доходу, они все больше начинают ценить общность, стремление оказать помощь другому. Однако эти исследования могут быть результатом того, что П. Бурдьё (P. Bourdieu) назвал искренней фикцией бескорыстного обмена.

В риторике посткапитализма обсуждается угроза, которую представляет для традиционного капитализма цифровая революция. Диджитализация может изменить или уже изменила привычные представления о труде, производстве и потреблении, а также дезорганизовать экономику, основанную на рыночных принципах и частной собственности. Посткапитализм станет возможным благодаря трем показателям, вызванным информационными изменениями: снижению потребности в работе за счет автоматизации рабочих процессов, изобилию доступной информации и росту совместного потребления и использования [24].

Описанный дискурс позволяет сделать вывод: признавая экономику совместного потребления в качестве прообраза альтернативной формы экономической практики неолиберальному капитализму, стоит учитывать, что рост гигантских «совместных» фирм поставил под сомнение статус его утопической риторики. Концепция совместного потребления, которая табулировала создание большей инклюзивности и идеала, основанного на взаимности, противоречат доказательствам, демонстрирующим его тенденцию к повторному описанию социального неравенства с помощью цифровых средств. Эти соображения бросают вызов стремлениям, которые с самого начала определяли экономику совместного потребления.

«Sharing economy» приводит к трансформации социальных процессов: сетевизации общественных отношений, все большему распространению информационных технологий. Социальные сети позволяют людям, которые ранее были незнакомы, обмениваться ресурсами и информацией между собой на сервисах совместного потребления. При этом, основой дискурса обмена информацией является то, что он создает прочные социальные связи между незнакомыми людьми в социальных сетях. П. Париги (P. Parigi) и Б. Стейт (B. State) для своего исследования использовали уникальную особенность данных платформы, подробную информацию о взаимодействиях внутри сети, в том числе о том, знали ли люди друг друга раньше, об их уровне доверия и силе их связей. Исследование показало, что каучсерферы, которые познакомились через платформу совместного потребления, стали друзьями. Следовательно, социальные сети расширяют не только количественный размер, но и качественный характер одноранговых обменов экономики совместного потребления [26].

В исследуемой проблематике центральными становятся вопросы сущности и основания экономики совместного потребления, а также условий ее развития. В этой связи в статье рассмотрен эмпирический опыт исследования «sharing economy» в России, которая достигла значительных успехов в реализации рассматриваемой экономической концепции. Прослеживается устойчивая тенденция роста развития шеринговой экономики — как в абсолютном, так и в относительном выражении. Цель статьи состоит в том, чтобы обобщить теоретический и эмпирический опыт изучения концепции совместного потребления зарубежными и отечественными исследователями, а также проанализировать распространенность этой социально-экономической модели на основе анализа статистических данных и с применением метода кейс-стади.

Методы

Настоящая статья реализована на основе принципов системного анализа, что позволило изучить различные методологические подходы к определению «экономика совместного потребления», используемые в мировой научной литературе, а также выявить природу и условия функционирования этой экономической модели. Методологический подход этого исследования включает в себя обзор зарубежной и отечественной литературы, посвященной совместному потреблению, с акцентом на эмпирические данные. Реализовано кейс-стади зарубежных практик совместного потребления в сельской местности. Базой данной статьи стал широкий перечень зарубежных и российских научных публикаций и эмпирические исследования по заявленной тематике (РАЭК), статистические данные Федеральной службы государственной статистики (Росстат) и официальные сайты бизнес-моделей «Sumin Shared Farm Company», «Gold Farm», «EM3 Agri Services».

В научных публикациях предпринимаются попытки описания и научного осмысления дефиниции «sharing economy». Как в зарубежной, так и в отечественной литературе можно наблюдать терминологическую неясность. При описании экономической модели употребляется ряд терминов: совместное потребление (collaborative consumption), равноправная/одноранговая экономика (peer economy), экономика сотрудничества или калька коллаборативная экономика (collaborative economy). С точки зрения содержания дефиниций существует структурное единство их интерпретации, оно включает в себя обозначение одноранговых обменов, передачи временного доступа активов и совместного пользования. Термины часто используются взаимозаменяемо, искажаются в соответствии с различными целями, несмотря на общую смысловую базу, существуют явные различия в сущности определений. Данное обстоятельство подчеркивает необходимость уточнения определения, поскольку отсутствие синонимичности приведенных выше дефиниций не позволяет использовать их в равной степени.

Систематическое изложение обозначенной проблемы предпринято в работе Е. Авдокушина и Е. Кузнецовой. Авторы выдвигают тезис: «sharing economy» состоит из экономики совместного пользования и экономики совместного использования. Принципиальное различие этих двух моделей, как указывает Е. А. Авдокушин, состоит в следующем: экономика совместного пользования — это сегмент «consumer-to-consumer» и «consumer-to-business», действующий в рамках обмена, дарения, бартера и совместного пользования благами на возмездной и безвозмездной основе; экономика совместного использования — это сегмент «business-to-business» и «business-to-consumer», где происходит обмен товарами и услугами, с целью получения прибыли [1, с. 8]. Р. Ботсман (R. Botsman) видит основание пояснить термины, поскольку они часто используются для описания широкого круга стартапов и моделей, которые каким-то образом используют цифровые технологии для непосредственного сопоставления поставщиков услуг и товаров с клиентами, минуя традиционных посредников. Так, экономика совместного потребления — это экономическая модель, основанная на совместном потреблении, обмене или аренде продуктов и услуг, обеспечивающая доступ через собственность. Она имеет три различные системы: рынки перераспределения нежелательных или недостаточно используемых активов, совместный образ жизни: непроизводственные активы, такие как пространство, навыки и деньги, обмениваются и торгуются новыми способами, системы обслуживания продуктов: доступ к преимуществам продукта на необходимое время. Экономика совместного использования — это экономическая модель, основанная на совместном использовании недоиспользуемых активов от пространств до навыков, чтобы получить денежные или не денежные выгоды [13]. В данной статье изучается экономика совместного потребления. Выбор этого термина для обозначения модели обусловлен наибольшей частотой использования в научной и деловой литературе.

Привлекает внимание в аспекте проблематики нашего исследования работа Р. Ботсмана (R. Botsman) и Р. Роджерса (R. Rogers) «What's mine is yours: the rise of collaborative consumption». Авторы определяют экономику совместного пользования как «совместное использование, бартер, предоставление займы, обмен, аренду, дарение и переосмысление обмена через технологии и одноранговые сообщества» [14, с. 227]. Данная экономическая модель позволяет получить доступ к собственности, не обладая ей. Авторы для обоснования своей позиции о совместном потреблении используют в качестве примера дрель, которая является недоиспользуемым активом, так как для потребителя необходим не факт обладания этим активом, а результат его использования. В качестве подтверждения этого тезиса авторы пишут: «то, что необходимо — это отверстие, а не дрель» [14, с. 118]. Заслуживают быть отмеченными виды совместного потребления, выделенные авторами. Всего авторы выделяют три вида совместного потребления: передача товаров во временное пользование; рынки подержанной продукции; совместный образ

жизни. Первый — это сети распределения, где недоиспользованные активы предоставляют на определенное время в распоряжение потребителей, для которых такая услуга в виде аренды, обмена или бартера предпочтительней покупки актива. В дальнейшем эта мысль получила свое развитие в работе К. Лейсмана (K. Leismann) и соавторов «Collaborative consumption: towards a resource-saving consumption culture», где описывается ситуация использования актива вместо его приобретения как одной из характеристик экономики доступа [22]. Совместный образ жизни объясняется как совместное использование нематериальных ресурсов.

Развивая концепцию совместного потребления как сети распределения, К. Френкен (K. Frenken) и соавторы дают определение «sharing economy» как системы, в которой потребители предоставляют друг другу временный доступ к недоиспользуемым физическим активам, на возмездной или безвозмездной основе [18]. Исключительную ценность новой социально-экономической модели совместного потребления авторы теоретизируют как распределение полезности между собственником актива и потребителем, нуждающимся в этом активе, в определенное время и за счет разумных финансовых затрат.

Акт совместного использования не является чем-то новым, системы обмена и совместный образ жизни имеют долгую историю [10]. Однако только в последние несколько лет вокруг термина «экономика совместного потребления» развернулась интенсивная дискуссия о совместном использовании и экономическом сотрудничестве. Отчасти это связано с тем фактом, что, хотя совместное потребление существует уже очень давно, цифровые платформы и другие крупномасштабные посреднические технологии появились недавно. В некоторых научных обсуждениях цифровизация совместного потребления, которая изменила его принцип обмена, называется «алгоритмом», «платформой», «технологией». Переосмысление концепции «sharing economy» можно найти в новых работах Дж. Хамари (J. Hamari) и Р. Ботсман (R. Botsman) [13, 20]. При определении экономики совместного потребления главную роль играет ее цифровой характер: координация и взаимодействие происходит через общие онлайн-платформы, которые специализируются на совмещении спроса и предложения на специфических рынках, обеспечивая куплю-продажу и аренду между потребителями. Р. Ботсман описывает формирующийся «space» (пространство) шеринговой экономики в цифровой среде [13]. Автор включает в это пространство совместное потребление, совместное использование и равноправную экономику. Совместную экономику (sharing economy) автор определяет как систему, построенную на распределенных сетях, которая преобразует то, как мы можем производить, потреблять, финансировать и учиться. Он состоит из четырех ключевых компонентов: проектирование, производство и распространение товаров через сети сотрудничества; потребление активов за счет эффективных моделей перераспределения и совместного

доступа; финансирование; открытое образование и модели индивидуального обучения, которые демократизируют образование. Равноправная экономика представлена индивидуальными торговыми площадками, которые облегчают обмен активами и прямую торговлю ими, основанную на доверии коллег (P2P-сегмент экономики). Существование пространства «sharing economy» обеспечивается за счет информационно-коммуникационных технологий. Аренда, обмен, бартер осуществляется в объемах, немыслимых до появления сети Интернет.

Три фактора составляют всеобъемлющее определение экономики совместного потребления: избыточный потенциал ресурсов, крупные децентрализованные цифровые сети и доверие между незнакомыми людьми.

Итак, на основе теоретического анализа, можно заключить, что экономика совместного потребления — это система экономических отношений по поводу временного использования активов за счет эффективных моделей перераспределения и совместного доступа, координируемая онлайн-сервисами и цифровыми коммуникативными технологиями. Предлагаемое определение объединяет различные характеристики экономики совместного потребления.

Для более полной характеристики рассматриваемого вопроса были изучены условия функционирования экономики совместного потребления. Цитируемые ранее авторы Р. Ботсман и Р. Роджерс определяют четыре условия, необходимых для устойчивой работы экономической модели: общность интересов, наличие неиспользуемых ресурсов, доверие и критическая масса пользователей [14].

Во-первых, система экономики совместного потребления основана на том, что участники со схожими потребностями и интересами объединяются для обмена, бартера, временного пользования материальными и нематериальными ресурсами. Мотивацией для участия в экономике совместного пользования является экономическая составляющая для всех участников экономического обмена. Сети распределения (онлайн-площадки) с одной стороны обеспечивают ценность для потребителей: значительная экономия от временного пользования благом, чем его приобретение в собственность, с другой стороны, создают новые возможности для получения дохода от передачи актива в пользование. Вторая составляющая мотивации заключается в снижении воздействия на окружающую среду. Совместное использование пространства, товара, услуги менее ресурсоемко. При изучении домохозяйств, которые использовали каршеринг, обнаружилось, что эта практика оказала значительное позитивное влияние на выбросы парниковых газов [23, с. 1077]. В качестве социальных и духовных мотиваторов могут выступать: интенсификация и развитие социальных контактов. Участники, задействованные в экономике совместного потребления, расширяют свои социальные связи. В исследовании Джульет Б. Шор (Juliet B. Schor) и Коннора Дж. Фитцморис (Connor J. Fitzmaurice), посвященном изучению сотрудничества и взаимосвязи как буферам для возникновения экономики совместного пользования, авторы при изучении онлайн-платформы для размещения и поиска

аренды недвижимости «Airbnb», пришли к заключению, что для хозяев недвижимости главным мотивом выступило социальное взаимодействие: знакомство, совместный досуг, установка долгосрочных дружеских отношений [17]. Исследования мотивов потребителей последовательно показывают, что для коммерческих услуг в экономике совместного потребления экономическая ценность составляет важный драйвер. Это относится ко всему спектру товаров и услуг, включая каршеринг и проживание. В исследовании [25] были опрошены пользователи сервиса совместного использования автомобилей «Car2go» и пользователи онлайн-рынка краткосрочной аренды жилья «Airbnb». Результаты показывают, что удовлетворенность и вероятность повторного выбора варианта совместного использования в основном объясняются детерминантами личной финансовой выгоды пользователей. Полезность, экономия средств и знакомство были признаны важными в обоих исследованиях [25, с.198].

Во-вторых, под наличием неиспользуемых ресурсов в данном контексте следует понимать недозагруженность активов, приобретенных для каких-либо целей. Экономическая целесообразность объясняется тем, что совместное пользование недоиспользованными активами связано с более низкими экономическими издержками, чем владение подобными активами. Так, «Uber», крупнейшая в мире компания такси, не владеет транспортными средствами, «Airbnb», крупнейший в мире поставщик жилья, не владеет недвижимостью. Появился новый тип организаций, они являются владельцами фасилитатора или веб-интерфейса, соединяя потребителей с владельцем ресурса, кто хочет им поделиться. К. Френкен (K. Frenken) при описании экономики совместного потребления фокусируется на «неиспользуемых активах», ядре первоначальной концепции совместного потребления, и ограничивает «совместное использование» случаями, когда «потребители предоставляют друг другу временный доступ к недостаточно используемым физическим активам, возможно, за деньги» [18]. Автор вводит понятие «idle capacity» (неиспользуемые мощности) физического актива, подразумевается способность товара к использованию между владельцем и другими потребителями, как только владелец товара предоставляет «равный» доступ к активу.

В-третьих, доверие и репутационный капитал являются принципиально важными факторами для функционирования экономики совместного потребления. Согласно Р. Ботсман (R. Botsman), фактор доверия на цифровых платформах станет валютой новой шеринг-экономики: «репутационный капитал создает огромные позитивные изменения в том, кто обладает властью, влиянием и доверием» [14, с. 153]. В данном обстоятельстве целесообразно упомянуть экономическую теорию «принципал-агент» для объяснения асимметричности информации на онлайн-платформах. Доверие к онлайн-сервису зависит от степени асимметрии информации между участниками. Для преодоления вышеупомянутой проблемы — снижения асимметрии информации и оппортунизма — предлагаются разные механизмы. Среди используемых механизмов на онлайн-площадках совместного потребления можно выделить: идентификация и фильтрация пользователей, обеспечение финансовых гарантий (страхование), институт

онлайн-репутации, система обратной связи. Скрининг и верификация пользователей предполагает онлайн-подтверждение личных документов и проверку других данных участников. Касательно страхования, платформы берут на себя ответственность за финансовые гарантии для всех сторон, например, система депонирования (эскроу), при которой оплата удерживается платформой до подтверждения о получении заказа пользователем.

Онлайн-репутация сервисов существует за счет скоринга и обмена информацией между пользователями (отзывы). Все названные механизмы объединяет одна идея — минимизации риска для всех сторон. Вопросы доверия и института репутации в экономике совместного потребления стали центральными в научной литературе по социологии и психологии. Работа К. Биккиери (С. Vicchieri) и соавторов «Trust among strangers» наиболее полно отражает специфику доверия среди незнакомцев. Авторы концептуализируют доверие среди незнакомых друг другу людей как «склонность участвовать в социальных обменах, которые наделены неопределенностью и уязвимостью, но потенциально полезны» [12, с. 290].

В-четвертых, для привлечения поставщиков должна быть критическая масса спроса, чтобы оправдать усилия по предоставлению ресурсов. Необходимый уровень критической массы становится возможным благодаря крупным децентрализованным цифровым сетям, примером которых являются социальные сети, позволяющие соотнести доступное предложение со спросом. Согласно Р. Ботцман и Р. Роджерс, критическая масса пользователей также необходима для «социального» доказательства [15].

Результаты исследования и их обсуждение

Социально-экономическая модель совместного потребления развивается в России активными темпами. Исследования показывают значимую динамику и рост секторов экономики совместного потребления. Однако можно наблюдать отставание экономики совместного потребления в России от других стран, поскольку в нашей стране данная социально-экономическая модель находится на начальной стадии развития. Согласно глобальному индексу экономики совместного потребления «Timbro Sharing Economy Index», по данным на 2018 г. Российская Федерация находилась в середине рейтинга, занимая 105-е место [11].

Среди базовых факторов развития сервисов экономики совместного потребления, согласно Ч. Дегриз (Ch. Degryse), можно выделить: уровень проникновения Интернета, развитость онлайн-платежей, мобильных устройств, приложений к ним и анализ больших данных (Big Data) [15]. Россия характеризуется относительно высоким уровнем интернет-пенетрации (проникновения сети Интернет). Учитывая обобщенные данные, РФ по нескольким индикаторам цифрового благополучия занимает передовые позиции: в десятке стран по степени вовлеченности населения в цифровую экономику, лидер по развитости банковской системы и по объему операций с использованием цифровых кошельков среди стран Европы. По данным Росстата на 2019 г., 76,9% домохозяйств

имели доступ к Интернету. Согласно опросу, 40% населения России готовы к использованию дистанционных финансовых сервисов, 79% населения обладают цифровыми навыками [2].

Опыт России в становлении экономики совместного потребления является уникальным, поскольку в основном обеспечивается за счет цифровой трансформации бизнеса. Высокий уровень проникновения Интернета, развитость технологий стали ключевыми факторами для развития экономики совместного потребления. Становление новой социально-экономической модели происходит, по оценкам исследователей, без влияния других благоприятных институциональных условий. В России отсутствует нормативно-правовая база регулирования секторов экономики совместного потребления, низкий уровень доверия и социального капитала. Вместе с тем следует подчеркнуть, что доверие является важным условием формирования экономики совместного потребления: чем шире диапазон доверия, тем ниже транзакционные издержки, которые в свою очередь являются ключевым фактором востребованности сервисов шеринг-экономики.

Всего в экономике совместного потребления в России выделяют шесть основных секторов: С2С-продажи, транспорт (каршеринг, карпулинг, райдшеринг), краткосрочная аренда помещений, краудфандинг, P2P-услуги, онлайн-биржи труда (фриланс). По данным исследования «Экономика совместного потребления в России 2020. Испытание на прочность», объем транзакций в совокупности по всем секторам экономики совместного потребления составил около 1,07 трлн руб. При этом годовой рост составил 39% [7].

Для анализа «sharing economy» в России необходимо выявить некоторые тенденции его развития. За анализируемые 4 года (2017–2020 гг.) объем «sharing economy» в России увеличился в 2,7 раза. Прослеживается устойчивая тенденция роста развития шеринговой экономики — как в абсолютном, так и в относительном выражении — в процентах от ВВП. Так, объем транзакции в 2017 г. составил 392 млрд руб., в 2018 г. рынок вырос на 30%, в 2019 г. по сравнению с предыдущим на 50%, в 2020 г. объем транзакций превысил 1 070 млрд руб. [7]. Основываясь на данных Федеральной государственной статистики РФ, можно рассчитать долю «sharing economy» в процентах от ВВП. Так, в 2017 г. процент шеринговой экономики от ВВП составил 0,43%, далее наблюдается устойчивая тенденция роста в относительном выражении, в 2020 г. процент составил 1,00.

Более подробно обратимся к данным исследования «Экономика совместного потребления в России 2020. Испытание на прочность», по объему транзакций в разрезе секторов экономики совместного потребления в России с 2019 по 2020 гг. можно наблюдать разную динамику. Сектор С2С занимает преобладающую долю в разрезе секторов экономики совместного потребления, около 73%. За год сектор С2С-продаж показал рост на 48%, по оценкам экспертов, объем транзакции составил 838 млрд руб. за 2020 г. [5]. Платформы С2С коммерции представлены в России в основном такими компаниями, как «Avito», «Юла»

и объявлениями в социальных сетях «ВКонтакте» и «Instagram». Портрет типичного покупателя на российских шеринг-платформах: женщина (53%), в возрасте от 18 до 39 лет, с доходом, превышающим средний, покупки C2C происходят нерегулярно [6, с.12].

Онлайн-биржа фриланса, действующая в сегменте P2P-услуг, занимает около 18% от объема транзакций [6]. В 2020 г. сектор показал положительную динамику (31%) по сравнению с предыдущим годом, общий объем транзакций составил 183 млрд руб. Ключевыми площадками для поиска и размещения заказов являются «Youdo», «Профи».

Следующий сектор экономики совместного потребления — транспорт. Под общим названием транспорт имеются в виду: каршеринг, карпулинг, средства индивидуальной мобильности. Сектор занимает 5% в отраслевой структуре шеринг-экономики. Объем транзакций онлайн-сервисов транспорта составил 34,4 млрд руб. При этом разительно отличается динамика: сервис каршеринга увеличился на 9%, средства индивидуальной мобильности — 35%, а карпулинг упал на значительные 36% [7]. Основой каршеринга — краткосрочной аренды автомобилей — являются «Яндекс Драйв», «Делимобиль» операторы. Поиск попутчиков для совместного использования частного автомобиля (карпулинг) происходит с помощью онлайн-сервиса «BlaBlaCar». Среди сервисов для поминутной аренды электросамокатов и велосипедов в России можно выделить «Whoosh» и «Urent». Важно отметить, что Россия среди стран Европы является крупнейшим лидером рынка карпулинга, с количеством пользователей сервиса, превышающим 16 млн человек.

Незначительные объемы роста показал рынок краудфандинга: в 2020 г. объем средств через совместное финансирование увеличился приблизительно на 5%. В России краудфандинговые платформы для привлечения финансирования в проекты, представлены в основном интернет-сервисами «Boomstarter» и «Planeta.ru». Среди сегментов шеринг-экономики отрицательную динамику показали краткосрочная аренда жилых помещений (48%) и офисшеринг (28%) [7].

Многочисленные исследования таких авторов, как А. Г. Андрей, А. Зайт, С. Дж. Барнес, Дж. Мэттсон (А. G. Andrei, A. Zait [8], S. J. Barnes, J. Mattsson [9]), показывают, что определяющее влияние на развитие экономики совместного потребления оказывают следующие обобщенные факторы: социально-технические, экономические, политические и личностные. Целесообразно проанализировать влияние данных факторов, которые могут стимулировать или сдерживать развитие экономики совместного потребления в России. Среди внешних факторов, благоприятно влияющих на социально-экономическую модель, можно выделить ориентированность на устойчивое развитие, развитие технологий, экономическая мотивация. Одна из целей устойчивого развития России — обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства, реализация данного перехода во многом обеспечивается за счет экономики совместного потребления. Экономическая мотивация заключается в экономии средств. По данным рейтинга уровня жизни, оцененного через валовой национальный доход на душу населения, по паритету покупательной

способности Россия занимает 51 место [30]. Соответственно, низкий уровень дохода вызывает потребность в экономии денежных средств и дополнительном доходе. За счет этого факта формируется спрос на рынке экономики совместного потребления.

Сдерживающим фактором является доступность сервисов: рынок экономики совместного потребления в основном развит в городах-миллионниках, например, рынок каршеринга на 84,6% реализуется в Москве, в периферийных регионах России наблюдается отставание [4]. Личностные факторы определяют условия, в которых функционируют потребители в модели экономики совместного потребления. Согласно данным факторного анализа в исследовании В. А. Ребязиной и соавторов, можно выделить ключевые барьеры участия в экономике совместного потребления среди населения России. Прежде всего, это воспринимаемый риск, боязнь мошенничества, стремление иметь собственность, беспокойство гигиеническими вопросами [4].

*Роль экономики совместного потребления
для инновационного развития сельских районов*

Совместное потребление стало распространенной тенденцией в городских районах во всем мире и в России, в частности. Как показал анализ, подавляющее большинство текущих операций по совместному потреблению происходит в городских районах из-за высокой плотности населения и проникновения сети Интернет. Однако некоторые исследования показывают, что сельские районы обладают потенциалом и являются прибыльными местами для операций совместного потребления. Шеринговая экономика в сельской местности может рассматриваться как способ поддержки экономического развития сельских районов и как способ доступа к ограниченным активам. Для подтверждения данного тезиса было реализовано кейс-стади зарубежных практик совместного потребления в сельской местности. Необходимость анализа зарубежных кейсов совместного потребления в сельской местности определяется возможностью адаптировать и масштабировать эти бизнес-модели в российских реалиях. Для анализа возможного внедрения зарубежных практик нами был выбран юг Тюменской области. Выбор обусловлен факторами, которые влияют на возможность совместного потребления в сельской местности: высокий уровень интернет-проникновения (80,4% домашних хозяйств имеют доступ к сети Интернет) [2], 292 сельских округа, крупные фермерские хозяйства, поддержка правительства региона [3, 5].

Кейс «Sumin Shared Farm Company» (Китай, Сумин). Концепция «Shared Farm» (совместная ферма) — применение логики совместной экономики в уникальных условиях развития сельских районов. Так, сельские жители делятся своими простаивающими домами, сельскохозяйственными угодьями, инструментами и, даже, свободным временем и навыками через стороннюю сетевую платформу. Сопоставим ключевые элементы экономики совместного потребления и элементы концепции совместных ферм. Во-первых, избыточный потенциал ресурсов: фермерские дома, сельскохозяйственные угодья, инструменты

и оборудование, сельскохозяйственное производство и жизненные навыки. Городские жители являются главными потребителями, не покупая ферму или участок сельхозугодий, городские потребители могут разделить с фермерами жилье, сельскохозяйственную деятельность и производство земли посредством временной передачи «права пользования». Фермеры и сельские коллективы являются поставщиками, они извлекают коммерческую ценность из этих бездействующих «недоиспользованных ресурсов». Спрос и предложение на сельские ресурсы совмещаются на платформе совместных ферм и, следовательно, обеспечивают взаимную выгоду. Во-вторых, доступ вместо владения собственностью: возможность снизить рыночный порог для совместного использования. В-третьих, сторонняя онлайн-платформа: совместная ферма координируется сторонней операционной платформой; интегрирует децентрализованные ресурсы; снижает затраты на поиск и транзакции через Интернет. В этом процессе ключевую роль играет сторонняя операционная платформа. Помимо создания сетевой платформы для удаленного подключения между городским спросом и сельскими ресурсами, другая сторона играет более важную роль, которая объединяет разрозненные сельские ресурсы посредством общего планирования платформы и берет на себя ответственность за модернизацию вспомогательных средств и услуг общих ферм. В-четвертых, равное участие: дает возможность фермерам участвовать в возрождении сельских районов. Совместная ферма дает фермерам возможность в полной мере участвовать в процессе возрождения сельских районов, который усиливает эндогенные факторы роста для развития в сельской местности. Согласно данным, годовой доход фермеров в деревне Сумин на душу населения увеличился в 3 раза (8000 юаней до 25500 юаней) в год на душу населения в 2017 г. [31].

В Тюменской области усиленное внимание уделяется развитию сельского туризма. Правительство региона заинтересовано в его развитии: было принято 22 ноября 2021 г. постановление о предоставлении субсидий на поддержку проектов развития сферы внутреннего и въездного туризма Тюменской области. В сфере развития сельского туризма — «проекты в сфере развития внутреннего и въездного туризма, реализуемые в сельской среде, ориентированные на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов, традиционных для местности, знакомство с местными обычаями и традициями, ознакомление с фермерскими и крестьянскими хозяйствами» [5]. Тюменская область обладает перспективами и возможностями развития сельского туризма. В Тюменской области имеются фермерские хозяйства, где есть возможность активно продвигать туристскую деятельность: крупные фермерские хозяйства п. Емуртлинский, Гольшмановский район, с. Нижняя Тавда. Информационно-коммуникационные технологии, основной компонент совместного потребления, могут предоставить сельским районам возможность диверсифицировать свою экономику.

Кейс «Gold Farm» (Индия). Приложение для бронирования сельскохозяйственного оборудования «Gold Farm» — цифровая онлайн-платформа, на кото-

рой владельцы оборудования (также могут быть фермерами) регистрируют свое оборудование, а фермеры получают доступ к нему. Цель платформы: помочь в преодолении финансовых ограничений, с которыми сталкиваются фермеры при доступе к дорогостоящему сельскохозяйственному оборудованию. Оплата за использование, снижение рисков владения, устранение ограничений на первоначальные финансовые вложения, непрерывный мониторинг и отслеживание транспортных средств являются ключевыми преимуществами «Gold Farm». Платформа была запущена в марте 2016 г. с учетом растущей потребности в решении механизации фермерских хозяйств. К концу апреля 2016 г. более пятидесяти тысяч участников присоединились к онлайн-сообществу в поддержку инициативы. Согласно данным «Gold Farm», бронирование сельскохозяйственной техники превысило 10000 ч [16]. Бизнес — модель «Gold Farm» предполагает партнерство с местными предпринимателями, который могут инвестировать в сельскохозяйственное оборудование, крупными землевладельцами, у которых уже есть оборудование. Владельцы регистрируют свое оборудование в мобильном приложении, «Gold Farm» помогает владельцу оборудования формировать спрос в зависимости от его местоположения с помощью приложения, колл-центра и агентов по бронированию в разных деревнях. Фермеры, используя приложение или позвонив в колл-центр, могут забронировать необходимое им оборудование. «Gold Farm» использует интернет вещей и мобильные технологии для формирования спроса, отслеживания местоположения работающего оборудования, расчета расхода топлива, оценки состояния транспортного средства. На данный момент приложение «Gold Farm» развилось в экосистему, путем объединения различных заинтересованных сторон. Начали работать консультанты фермеров, которые выступают в качестве представителя фермеров, чтобы помочь им в использовании приложения для бронирования, а также сельскохозяйственного оборудования. Консультанты фермеров необходимы в этой цепочке поставок, чтобы преодолеть сопротивление фермеров внедрению этих новых цифровых платформ, а также для преодоления проблем с плохим подключением к Интернету в сельских районах, где расположено большинство фермеров. Присутствие консультантов по фермерству гарантировало, что фермеры получали информацию независимо от проблем с подключением к Интернету. Цифровая платформа «Gold Farm» позволила фермерам установить связь с владельцами оборудования, что принесло пользу всем вовлеченным сторонам в цепочке поставок. Благодаря улучшенному использованию оборудования для владельца, доступу к оборудованию по доступной цене для фермеров и финансовому стимулу для консультанта фермера, все заинтересованные стороны оказываются в беспроигрышной ситуации и, тем самым, мотивированы оставаться частью сети и минимизировать неэффективность в цепочке создания добавленной стоимости в сельском хозяйстве. Бизнес-модель, основанная на доступе, обеспечила предоставление широкого спектра оборудования фермерам по доступным ценам. Это привело к снижению затрат фермеров на продукцию на 15% [16]. Консультанты фермеров начали получать

дополнительный источник ежемесячного дохода. Создание ценности по всей цепочке поставок для различных заинтересованных сторон повысило жизнеспособность бизнес-модели.

Кейс «EM3 Agri Services» (Индия). «EM3 Agri Services» — индийская компания, предоставляющая услугу аренды тракторов на платной основе. Компания основана в 2014 г., она является первым в Индии поставщиком сельскохозяйственного оборудования, основанным на логике «уберизации» (замена посредников цифровыми платформами), называется «Uber для сельского хозяйства». Бизнес-модель компании основана на цифровой платформе «Samadhan», направлена на улучшение доступа мелких фермеров к услугам механизации. С помощью мобильного приложения фермеры могут размещать заказы на аренду сельскохозяйственной техники и услуг на весь необходимый период. По состоянию на сентябрь 2017 г. EM3 заявила, что обеспечила более 50 000 ч работы примерно 12 000 фермеров в своей сети в Индии [29]. Компания была создана для продвижения альтернативных традиционному способам предоставления услуг тракторов в Индии. «EM3 Agri Services» основалась с целью сделать аренду тракторов и оборудования более доступной для фермеров с помощью сервиса [21]. Цикл аренды тракторов и сельскохозяйственного оборудования реализуется в несколько этапов. Запрос на услуги механизации начинается, когда фермер оставляет заявку в мобильном приложении или обратившись в колл-центр. Платформа позволяет управлять следующей информацией: статус запроса, тип оборудования (сельскохозяйственная техника, необходимая фермеру для конкретной деятельности), цена (отображается цена, взимаемая оператором, которая основана на местном рынке данного оборудования). Второй этап предоставления услуги происходит, когда оператор доставляет фермеру оборудование. Третий этап — оплата услуги, у фермера есть возможность заплатить в течение 15 дней. Комиссия за использование платформы составляет 5% от общей стоимости дохода. Последний шаг — поток отзывов или жалоб на сервис платформы. По сравнению с другими договорными соглашениями EM3 позволяет сократить время, затрачиваемое на поиск поставщика и ожидание обслуживания, особенно для зерноуборочного комбайна, сеялки и трактора. Кроме того, франшизы демонстрируют общий уровень доступности 80% по запросу, по сравнению с 50% у подрядчиков и 40% у фермерских групп [29]. Так, вдохновленная моделью «Uber», «EM3» превратилась в компанию, которая внедряет ряд инноваций в сфере предоставления услуг механизации в Индии. Модель, основанная на франчайзинге и оплате за использование, позволила наладить более формальное предоставление услуг по оборудованию.

«Уберизация» услуг механизации привлекла внимание на сельскохозяйственной арене благодаря своему потенциалу улучшения и расширения доступа к сельскохозяйственной технике для мелких фермеров за счет внедрения новых мобильных технологий. Два наиболее важных нововведения, обычно приписываемых этому подходу, касаются предоставления доступа к услугам механизации

фермерам, которые не в состоянии купить сельскохозяйственную технику, и оказания помощи владельцам техники в увеличении их дохода за счет сдачи в аренду их оборудования этим фермерам. В этом смысле «уберизация» способствует более доступному и эффективному предоставлению услуг машинного оборудования, основанному на использовании мобильных инструментов. Цифровая платформа «EM3 Agri Services» является примером использования технологий, позволяющим фермерам арендовать тракторы без необходимости крупных инвестиций. Дилеры техники извлекают выгоду из улучшения процессов обслуживания и ремонта техники, послепродажного обслуживания, планирования поставок запчастей.

Известно, что цифровизация в российском сельскохозяйственном секторе привела к повышению производительности бизнеса, снижению потерь из-за автоматизации производственных процессов и лучшему использованию ресурсов в сельскохозяйственном секторе. В своей деятельности фермеры, занимающиеся сельскохозяйственным производством, сталкиваются с проблемой: сельскохозяйственное оборудование является капиталоемким и, следовательно, сопряжено с высоким риском владения. В результате это оказывается недоступной инвестицией для фермеров с ограниченными финансовыми возможностями. Решение обозначенной проблемы является приоритетным, поскольку фермеры не могут быть конкурентоспособными и, в большинстве своем, вынуждены прекращать свою деятельность либо вести ее на уровне личных подсобных хозяйств без необходимого сельскохозяйственного оборудования. Правительство Тюменского региона заинтересовано в создании системы поддержки фермеров и развитии сельской кооперации [3]. Описанный выше зарубежный опыт показывает, что, применяя логику совместного потребления, фермеры с ограниченными финансовыми возможностями могут преодолеть проблему доступа к сельскохозяйственному оборудованию. В случае владения собственник несет ответственность за обеспечение надлежащего функционирования оборудования, все расходы, связанные с ремонтом и обслуживанием, также несет владелец. В службах, основанных на совместном доступе, поставщик услуг несет ответственность за проблемы с производительностью, а потребители оплачивают только за использование. В результате внедрения инновационных решений возможно сделать оборудование для механизации сельского хозяйства доступным для фермеров.

Заключение

На основании содержательного анализа концепции экономики совместного потребления можно выделить ее ключевые характеристики. Темпоральность как характеристика экономики совместного потребления предполагает предоставление временного доступа к недоиспользованным активам. Пользование товарами или услугами на рынке совместного потребления допускает долгосрочные взаимодействия, но всегда носит временный характер. Следующая характеристика — одноранговое взаимодействие, подразумевающее под собой отношения

«потребитель-потребитель» (C2C) или равный к равному (P2P). Одноранговая система в экономике совместного потребления организуется через горизонтальные сети взаимодействия, предполагающие свободную кооперацию между участниками по поводу дарения, бартера, обмена, аренды активов. Наряду с этим необходимо отметить следующее: рыночное взаимодействие в рамках совместного потребления может быть коммерческим и некоммерческим. Цифровой характер экономики совместного потребления конкретизируется через посредничество информационно-коммуникационных технологий, при этом между экономическими субъектами, взаимодействующими в рамках онлайн-сообществ, происходит социальная коммерция и обмен информацией (отзывы). Немаловажным признаком является тот факт, что при взаимодействии не происходит передачи права собственности недоиспользованного актива.

Проанализированные данные об объеме и динамике рынка отраслей «sharing economy» позволяют нам сделать соответствующие выводы о состоянии экономики совместного потребления в России. По итогам 2020 г. экономика совместного потребления в общем объеме транзакций показала положительные темпы роста — около 39%. Лидирующими сегментами по темпам роста, по объему транзакции и количеству сделок являются C2C-продажи, P2P-услуги и каршеринг транспорта. В совокупности по валовому объему транзакций вышеупомянутые отрасли составляют 97,5% от «sharing economy» в России. В целом, новая социально-экономическая модель утвердилась на российском рынке.

По прогнозам экспертов, рынок совместного потребления в России будет показывать экспоненциальный рост и расширяться. На данном этапе появляются новые секторы «sharing economy», которые только набирают обороты. Среди перспективных отраслей выделяется фудшеринг — практика, позволяющая распределять продукты питания с помощью онлайн-сервисов совместного потребления. Экономика совместного потребления выходит за границы взаимодействия физических лиц, сектор «бизнес для бизнеса» (business-to-business, B2B) получил широкое распространение за рубежом, а в России приобретает востребованность. Компании, посредством информационного взаимодействия с целью сокращения издержек, начинают совместно использовать материальные активы.

Была проанализирована роль экономики совместного потребления для инновационного развития сельских районов. В результате, на основании анализа зарубежных кейсов, найдены эмпирические доказательства того, что применение логики совместной экономики в уникальных условиях развития сельских районов может развивать сельский туризм и способствовать механизации фермерских хозяйств, особенно для мелких фермеров, с использованием цифровой инновационной модели. Решение на основе оцифрованного доступа может помочь в преодолении финансовых ограничений, с которыми сталкиваются фермеры при доступе к дорогостоящему сельскохозяйственному оборудованию. Доступ мелких фермеров к механизации во многих развивающихся странах остается ограниченным, несмотря на ее ключевую роль в развитии сельского

хозяйства. Для мелких фермеров невозможно и нецелесообразно владеть сельскохозяйственной техникой и оборудованием для его использования. Поэтому то, что им нужно — доступ к нему, а не владение. Это привело к появлению нового явления — услуг по аренде сельскохозяйственной техники и оборудования на заказ. Отсутствие доступа в Интернет в сельских районах и цифровых навыков могут быть препятствиями в продвижении бизнес-идей. Данное обстоятельство преодолено в анализируемых кейсах с помощью работы колл-центров и консультантов фермеров в системе совместного потребления.

Возможность адаптировать и масштабировать бизнес-модели в российских реалиях проанализирована на примере Тюменской области. Однако для триангуляции данных необходимо изучить влияние специфических для региона культурных и институциональных факторов. Будущие исследования могли бы также включить понимание того как и почему основанные на инновациях бизнес-модели преуспевают или терпят неудачу. Это дало бы дополнительную информацию к совокупности знаний с точки зрения совместного потребления на таких рынках.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдокушин Е. Ф. Экономика совместного потребления: сущность и некоторые тенденции развития / Е. Ф. Авдокушин, Е. Г. Кузнецова // Экономический журнал. 2019. № 2 (54). С. 6–19.
2. Информационное общество в Российской Федерации. 2020: статистический сборник // Федеральная служба государственной статистики; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». Москва: НИУ ВШЭ, 2020. 267 с. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/lqv3T0Rk/info-ob2020.pdf> (дата обращения: 09.02.2022).
3. Постановления Правительство Тюменской области от 14 декабря 2018 г. N 489-п «Об утверждении государственной программы Тюменской области «Развитие внутреннего и въездного туризма» и признании утратившими силу некоторых нормативных правовых актов» // Официальный портал органов государственной власти Тюменской области. URL: <https://admtumen.ru/> (дата обращения: 22.02.2022).
4. Ребязина В. А. Отношение потребителей к экономике совместного потребления в России / В. А. Ребязина, С. М. Березка, Н. Г. Антонова // Российский журнал менеджмента. 2020. Том 18. № 2. С. 255–278.
5. Региональный проект «Создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации» // Официальный портал органов государственной власти Тюменской области. URL: <https://admtumen.ru/> (дата обращения: 01.03.2022).
6. Экономика совместного потребления в России 2020. Испытание на прочность // Российская Ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК). 2021. URL: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-2020.pdf> (дата обращения: 09.02.2022).
7. Экономика совместного потребления в России 2018 // Российская Ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК). 2018. URL: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-nov2018.pdf> (дата обращения: 09.02.2022).

8. Andrei A. G. The sharing economy in post-communist societies: insights from Romania / A. G. Andrei, A. Zait // *Knowledge Management and Organizational Learning* / E.-M. Vătămănescu, F. M. Pînzaru. London: Springer, 2018. Vol. 6. Pp. 39-57. DOI: 10.1007/978-3-319-66890-1_3
9. Barnes S. J. Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study / S. J. Barnes, J. Mattsson // *Technological Forecasting and Social Change*. 2016. Vol. 104. Pp. 200–211. DOI: 10.1016/j.techfore.2016.01.006
10. Belk R. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online / R. Belk // *Journal of Business Research*. 2014. Vol. 67. Iss. 8. Pp. 1595–1600. DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.10.001
11. Bergh A. Timbro sharing economy index / A. Bergh, A. Funcke, J. Wernberg // *Timbro*. 25 July 2018. URL: <https://timbro.se/ekonomi/timbro-sharing-economy-index/> (дата обращения: 09.02.2022).
12. Bicchieri C. Trust among strangers / C. Bicchieri, J. Duffy, G. Tolle // *Philosophy of Science*. 2004. Vol. 71. № 3. Pp. 286–319. DOI:10.1086/381411
13. Botsman R. Defining the sharing economy: what is collaborative consumption — and what isn't? / Botsman R // *Fast Company*. 27 May 2015. URL: <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt> (дата обращения: 09.02.2022)
14. Botsman R. What's mine is yours: the rise of collaborative consumption / R. Botsman, R. Rogers. New-York: Harper Business, 2010. 304 p.
15. Degryse Ch. Digitalization of the economy and its impact on labor markets / Ch. Degryse. European Trade Union Institute (ETUI) Working Paper 2016.02. Brussels: ETUI, 2016. 80 p. URL: <https://www.etui.org/sites/default/files/ver%202%20web%20version%20Working%20Paper%202016%2002-EN%20digitalisation.pdf> (дата обращения: 09.02.2022).
16. Ferroni M. Achievements and challenges in agricultural extension in India / M. Ferroni, Y. Zhou // *Global Journal of Emerging Market Economies*. 2012. № 4 (3). Pp. 319–346.
17. Fitzmaurice C. J. Collaborating and Connecting: The Emergence of the Sharing Economy / C. J. Fitzmaurice, J. B. Schor // *Handbook of research on sustainable consumption*. Cheltenham: Edgar Elgar. 2015. Pp. 410–425.
18. Frenken K. Smarter regulation for the sharing economy / K. Frenken, T. Meelen, M. Arets, P. van de Glind // *The Guardian*. 20 May 2015. URL: www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy (дата обращения: 09.02.2022)
19. Guttentag D. Why tourists choose airbnb: a motivation-based segmentation study / D. Guttentag, S. Smith, L. Potwarka, M. Havitz // *Journal of Travel Research*. 2018. Vol. 57. Iss. 3. Pp. 342–359. DOI: 10.1177/0047287517696980
20. Hamari J. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption / J. Hamari, M. Sjöklint, A. Ukkonen // *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2015. Vol. 67. Iss. 9. Pp. 2047–2059. DOI: 10.1002/asi.23552
21. Lampinen A. Hosting via airbnb: Motivations and financial assurances in monetized network hospitality / A. Lampinen, C. Cheshire. New-York: ACM, 2016. Pp. 1669–1680.
22. Leismann K. Collaborative consumption: towards a resource-saving consumption culture / K. Leismann, M. Schmitt, H. Rohn, C. Baedeker // *Resources*. 2013. Vol. 2. Iss. 3. Pp. 184–203. DOI: 10.3390/resources2030184

23. Martin E. W. Greenhouse gas emission impacts of carsharing in North America / E. W. Martin, S. A. Shaheen // *IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems*. 2011. Vol. 12. № 4. Pp. 1074–1086. DOI: 10.1109/TITS.2011.2158539
24. Mason P. *Postcapitalism: A guide to our future* / P. Mason // London: Allen Lane, 2015. 340 p.
25. Möhlmann M. Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again / M. Möhlmann // *Journal of Consumer Behaviour*. 2015. No. 14 (3). Pp. 193–207. DOI:10.1002/cb.1512
26. Parigi P. Disenchanted the world: The impact of technology on relationships / P. Parigi, B. State // *Social informatics*. 2014. Pp. 166-182. DOI:10.1007/978-3-319-13734-6_1
27. Schor J. B. Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy / J. B. Schor, C. J. Fitzmaurice // *Handbook of research on sustainable consumption* / L. A. Reisch, J. Thøgersen. Cheltenham: Edward Elgar, 2015. Pp. 410–425.
28. Sengupta T. Sharing app for farm mechanization: Gold Farm’s digitized access based solution for financially constrained farmers / T. Sengupta, G. Narayanamurthy, R. Moser, P. K. Hota // *Computers in Industry*. 2019. № 109. Pp. 195–203. DOI:10.17700/jai.2017.8.1.287
29. Villalba R. The «uberization» of agricultural mechanization services: a case study of EM3 Agri Services in Rajasthan / R. Villalba // *Institute of Agricultural Economics and Social Sciences in the Tropics and Subtropics University of Hohenheim, India*. 2019. 120 p.
30. *World Economic Outlook* // International Monetary Fund. October 2021. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/10/12/world-economic-outlook-october-2021> (дата обращения: 09.02.2022).
31. Zhou J. Shared Farm: an approach to achieve urban-rural reciprocity based on sharing economy / J. Zhou, X. Lian // *China Center for Urban Development, China*. 2018. Pp. 1–11.
32. Zukin Sh. Hackathons as co-optation ritual: socializing workers and institutionalizing innovation in the ‘new’ economy / Sh. Zukin, M. Papadantonakis // *Research in the Sociology of Work*. 2017. Vol. 31, pp. 157–181. DOI:10.1108/S0277-283320170000031005

Maria V. BATYREVA¹

Daria Yu. AGAFONOVA²

UDC 316.4

COLLABORATIVE CONSUMPTION AS A SOCIO-ECONOMIC MODEL*

¹ Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor,
Department of General and Economic Sociology,
University of Tyumen
m.v.batyreva@utmn.ru; ORCID: 0000-0001-6588-5469

² Master Student,
University of Tyumen
dashaagafonova744@gmail.com

Abstract

The article is devoted to a comprehensive study of a new socio-economic model — the economy of collaborative consumption, which has become globally widespread due to the digital transformation of business and the active integration of information and communication technologies into daily life of a person. The interest in the issues of collaborative consumption is due to the rapid development of digital services for the exchange of goods, the growth in the number of participants and economic sectors involved in the economy of collaborative consumption. The methodological approach of this study includes a systematic review of foreign and Russian literature on collaborative consumption with an emphasis on empirical data. A case study of foreign practices of joint consumption in rural areas has been implemented.

Such issues as the essence and basis of the economy of collaborative consumption, as well as the conditions for its development, become central in the present research. The

* The reported study was funded by the Russian Foundation for Basic Research, project No. 20-011-00087.

Citation: Batyreva M. V., Agafonova D. Yu. 2022. “Collaborative consumption as a socio-economic model”. Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research, vol. 8, no. 2 (30), pp. 81–105.

DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-2-81-105

approaches of Russian and foreign authors to the definition of the economy of collaborative consumption are revealed. An attempt to systematize the conceptual apparatus of the collaborative consumption model allows us to identify its main characteristics: peer-to-peer interaction, temporary access to underutilized assets, mediation of economic agents through online platforms.

The article analyzes the influence of socio-technical, economic and personal factors that stimulate or hinder the development of the economy of collaborative consumption in Russia. The high rate of Internet penetration and the development of technology have become key factors for the development of the economy of collaborative consumption. Personal factors reflect the specifics of the country and indicate the main reasons that prevent the inclusion of Russians as participants in collaborative consumption.

A review of empirical data allowed us to conclude that the socio-economic model of collaborative consumption is developing at an active pace in Russia. The sharing economy has shown positive growth rates in the total volume of transactions in two years. The leading segments are C2C sales, P2P services and carsharing.

As a result, empirical evidence has been found, based on the analysis of foreign cases, on the role of the sharing economy for innovative rural development. The application of the logic of a joint economy in the unique conditions of rural development can develop rural tourism and help overcome the financial constraints faced by farmers when accessing expensive agricultural equipment.

Keywords

Sharing economy, collaborative consumption, digitalization, online platforms.

DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-2-81-105

REFERENCES

1. Avdokushin E. F., Kuznetsova E. G. 2019. "Economics of joint consumption: essence and some development trends". *Economic Journal*, no. 2 (54), pp. 6–19. [In Russian]
2. Federal State Statistics Service, National Research University — Higher School of Economics. 2020. *Information society in the Russian Federation. 2020: statistical collection*. Moscow: HSE. 267 p. Accessed 9 February 2022. <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/lqv3T0Rk/info-ob2020.pdf> [In Russian]
3. The official portal of the state authorities of the Tyumen region. Decree of the Government of the Tyumen Region dated 14 December 2018 N 489-p "On the approval of the state program of the Tyumen region 'Development of domestic and inbound tourism' and the invalidation of certain regulatory legal acts". Accessed on 22 February 2022. [In Russian]
4. Rebiazina V. A., Antonova N. G., Berezka S. M. 2020. "Consumer's attitude to the sharing economy in Russia". *Russian Management Journal*, vol. 18, no. 2, pp. 255–278. [In Russian]
5. Official portal of the state authorities of the Tyumen region. 2018. Regional project "Creation of a system of support for farmers and the development of rural cooperation". Accessed on 9 February 2022. <https://admtymen.ru/> [In Russian]

6. The Russian Association for Electronic Communications (RAEC). 2021. The sharing economy in Russia 2020. Endurance test. Accessed 9 February 2022. <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-2020.pdf> [In Russian]
7. The Russian Association for Electronic Communications (RAEC). 2018. The sharing economy in Russia 2018. Accessed 9 February 2022. <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-nov2018.pdf> [In Russian]
8. Andrei A. G., Zait A. 2018. “The sharing economy in post-communist societies: Insights from Romania”. *Knowledge Management and Organizational Learning*. Edited by E.-M. Vătămănescu, F. M. Pinzaru. Vol. 6, pp. 39–57. London: Springer. DOI: 10.1007/978-3-319-66890-1_3
9. Barnes S. J., Mattsson J. 2016. “Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study”. *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 104, pp. 200–211. DOI: 10.1016/j.techfore.2016.01.006
10. Belk R. 2014. “You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online”. *Journal of Business Research*, vol. 67, iss. 8, pp. 1595–1600. DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.10.001
11. Bergh A., Funcke A., Wernberg J. 2018. “Timbro sharing economy index”. Timbro. Accessed 9 February 2022. <https://timbro.se/ekonomi/timbros-sharing-economy-index/>
12. Bicchieri C., Duffy J., Tolle G. 2004. “Trust among strangers”. *Philosophy of Science*, vol. 71, no. 3, pp. 286–319. DOI: 10.1086/381411
13. Botsman R. 2015. “Defining the sharing economy: what is collaborative consumption — and what isn’t?”. *Fast company*. Accessed 9 February 2022. <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>
14. Botsman R., Rogers R. 2010. *What’s mine is yours: The rise of collaborative consumption*. New York: Harper Business. 304 p.
15. Degryse Ch. 2016. “Digitalization of the economy and its impact on labor markets”. *European Trade Union Institute (ETUI) Working Paper 2016.02*. Brussels: ETUI. 80 p. <https://www.etui.org/sites/default/files/ver%202%20web%20version%20Working%20Paper%202016%2002-EN%20digitalisation.pdf>
16. Ferroni M., Zhou Y. 2012. “Achievements and challenges in agricultural extension in India”. *Global Journal of Emerging Market Economies*, no. 4, pp. 319–346.
17. Fitzmaurice C., Schor, J. 2015. “Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy”. *Handbook of research on sustainable consumption*. Cheltenham: Edgar Elgar. Pp. 410–425.
18. Frenken K., Meelen T., Arets M., van de Glind P. 2015. “Smarter regulation for the sharing economy”. *The Guardian*. Accessed 9 February 2022. www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy
19. Guttentag D., Smith S., Potwarka L., Havitz M. 2018. “Why tourists choose airbnb: a motivation-based segmentation study”. *Journal of Travel Research*, vol. 57, iss. 3, pp. 342–359. DOI: 10.1177/0047287517696980
20. Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. 2015. “The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption”. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, vol. 67, iss. 9, pp. 2047–2059. DOI: 10.1002/asi.23552

21. Lampinen A., Cheshire C. 2016. *Hosting via airbnb: Motivations and financial assurances in monetized network hospitality*. New-York: ACM. Pp. 1669–1680. DOI:10.1145/2858036.2858092
22. Leismann K., Schmitt M., Rohn H., Baedeker C. 2013. “Collaborative consumption: towards a resource-saving consumption culture”. *Resources*, vol. 2, iss. 3, pp. 184–203. DOI:10.3390/resources2030184
23. Martin E. W., Shaheen S. A. 2011. “Greenhouse gas emission impacts of carsharing in North America”. *IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems*, vol. 12, iss. 4, pp. 1074–1086. DOI: 10.1109/TITS.2011.2158539
24. Mason P. 2015. *Postcapitalism: A guide to our future*. London: Allen Lane Allen Lane. 340 p.
25. Möhlmann M. 2015. “Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again”. *Journal of Consumer Behaviour*, no. 14 (3), pp. 193-207. DOI:10.1002/cb.1512
26. Parigi P., State B. 2014. “Disenchanted the world: the impact of technology on relationships”. *Social Informatics*, pp. 166–182. DOI:10.1007/978-3-319-13734-6_12
27. Schor J. B., Fitzmaurice C. J. 2015. “Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy”. *Handbook of research on sustainable consumption*. Edited by L. A. Reisch, J. Thøgersen. Cheltenham: Edward Elgar. Pp. 410–425.
28. Sengupta T., Narayanamurthy G., Moser R., Hota P. K. 2019. “Sharing app for farm mechanization: Gold Farm’s digitized access based solution for financially constrained farmers”. *Computers in Industry*, no. 109, pp. 195–203. DOI:10.17700/jai.2017.8.1.287
29. Villalba R. 2019. “The ‘uberization’ of agricultural mechanization services: a case study of EM3 Agri Services in Rajasthan, India”. *Institute of Agricultural Economics and Social Sciences in the Tropics and Subtropics University of Hohenheim*. 120 p.
30. International Monetary Fund. 2021. *World Economic Outlook*. Accessed 9 February 2022. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/10/12/world-economic-outlook-october-2021>
31. Zhou J., Lian X. 2018. “Shared Farm: an approach to achieve urban-rural reciprocity based on sharing economy”. *China Center for Urban Development, China*. Pp. 1–11.
32. Zukin Sh., Papadantonakis M. 2017. “Hackathons as co-optation ritual: socializing workers and institutionalizing innovation in the ‘new’ economy”. *Research in the Sociology of Work*, vol. 31, pp. 157–181. DOI:10.1108/S0277-283320170000031005