

ТРУДЫ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

УДК 330.1

doi: 10.26456/2219-1453/2021.3.189–200

**СОВМЕСТНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ КАК ТРЕНД
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

Л.Ю. Писарева¹, А.А. Ким²

^{1,2} ФГАУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет
им. М.К. Амосова», Финансово-экономический институт, г. Якутск, Россия

В данной статье представлен анализ текущего состояния экономики совместного потребления как наиболее динамичного развивающегося сектора современной экономики. Целью исследования является анализ факторов, способствующих развитию экономики совместного потребления как глобального мирового тренда в условиях серьезного ресурсного ограничения. Научная новизна работы связана с выявлением основных моделей экономики совместного потребления, позволяющих продлевать жизненный цикл вещей и способствовать сокращению сверхпроизводства. В статье представлен обзор успешных компаний в секторе совместного потребления, выделены причины, повлиявшие на его формирование, выявлена роль совместного потребления в создании системы экономного использования ресурсов и, как следствие, поддержания экологического баланса. Перспективы развития экономики совместного потребления авторы связывают с необходимостью повышения доверия как фактора, влияющего на взаимодействие между потребителем и производителем товара и услуги.

Ключевые слова: экономика совместного потребления, совместное использование, экономия ресурсов, доверие, сверхпроизводство, утилизация отходов, Интернет-технологии.

Введение

Совместное потребление – это совместное использование товара или услуг группой людей. При нормальном потреблении один человек оплачивает полную стоимость товара, поддерживая эксклюзивный доступ к нему, при совместном потреблении несколько человек имеют доступ к товару, и его стоимость распределяется между ними.

Совместное потребление – это форма обмена, одноранговая аренда, которая предоставляет группе лиц актив, не требуя приобретать его самостоятельно. Это позволяет потребителям получать ресурсы, в которых они нуждаются, а также предоставлять неиспользуемые в полной мере ресурсы другим пользователям.

Совместное потребление считается частью экономики совместного использования, построенной на принципах аренды неиспользуемых активов. Этот подход, используется, в частности, когда цена определенного актива, например автомобиля, высока, и он не используется постоянно одним потребителем. Сдавая актив в аренду, когда он не используется, его владелец превращает актив в своего рода товар. Это создает сценарий, в котором физические объекты рассматриваются как службы.

В настоящее время совместное потребление широко используется в стартапах, основанных на коллективном использовании товаров и услуг, бартере и аренде вместо владения. Взаимодействие участников этой экономической деятельности происходит напрямую без посредников.

Экономика совместного потребления способна решить проблему недоступности дорогостоящих вещей и услуг. Она основана на «возможном доступе», а не на «владении» объектом. Другими словами, те потребители, у которых имеется определенный ресурс или его избыток, делятся этим ресурсом с теми, у кого он отсутствует.

Анализ современных материалов по вопросам развития экономики совместного потребления позволяет сделать вывод о наметившемся глобальном тренде мировой экономической системы.

Исследование опирается на работу с научными статьями отечественных и зарубежных авторов за период с 2015 по 2020 гг. по проблемам развития совместного потребления. В данном направлении сегодня активно работают такие авторы, как А.Д. Адактилос, Е.Н.Лымарь, Е.С. Земскова.

В данной статье были также использованы результаты опросов, проводимых консалтинговой компанией Pricewaterhouse Coopers [20, 21]. Это опрос по вопросам совместного потребления, проведенный в 2018 г. среди граждан России старше 16 лет, в котором приняло участие 1600 респондентов из 46 субъектов страны и более 250 населенных пунктов [4]. А также опрос 2020 г., проведенный среди 1000–4000 респондентов в странах США, Бразилия, Китай на платформе Statista Global Consumer Survey [14].

Причины развития экономики совместного потребления

Экономика совместного потребления в работе Е.Н. Лымарь «Экономика совместного потребления в современной России» описана как экономика, основанная на «возможном доступе», а не на «владении» физическими и человеческими активами, такими как время, пространство и навыки. По мнению автора работы «общество переходит от сверхпотребления к модели совместного потребления. Более того, совместное потребление становится основой бизнес-идей». На сегодняшний день многие экономические агенты понимают, что «делиться» выгодно. Производительность недоиспользуемых активов экономики совместного использования повышается за счет распределения доступа между большой группой пользователей. Основой становится снижение стоимости поиска информации и транзакции [7].

С данной тенденцией согласен А.Д. Адактилос, который считает, что на основе принципа совместного использования люди получают возможность делиться ресурсами, которые имеются у одних и отсутствуют у других. Они могут делиться инструментами, оборудованием, автомобилем, жильем, навыками и умениями, информацией. На основе этого создаются компании, которые соединяют эти два типа людей. Иметь доступ к какому-либо благу становится удобнее и выгоднее, чем владеть им [1].

По мнению В.А. Гайдаренко [3] развитию экономики совместного потребления способствовали такие факторы, как:

1. Развитие Интернет и социальных сетей, позволяющих пользователям общаться напрямую;
2. Увеличивающаяся плотность городского населения как предпосылка к совместному использованию ресурсов и услуг;

3. Увеличение разрыва между доходами богатых и бедных как одна из движущих сил эффективного применения недоиспользуемых ресурсов богатой части населения;

4. Повышение вероятности столкновения человечества с глобальными финансовыми, экологическими и социальными кризисами, требующее более тщательного контроля за расходами.

Важность снижения потребления все больше осознается сегодня обществом. Стабильный рост, который показывает экономика совместного потребления, является свидетельством перехода человечества к новой экономической модели осознанного потребления. Шеринговые компании по всему миру дают возможность пользователям арендовать, дарить, одалживать и делиться товарами, услугами, навыками и информацией, подтверждая формирование новой ценности – осознанного отношения людей к своим потребностям.

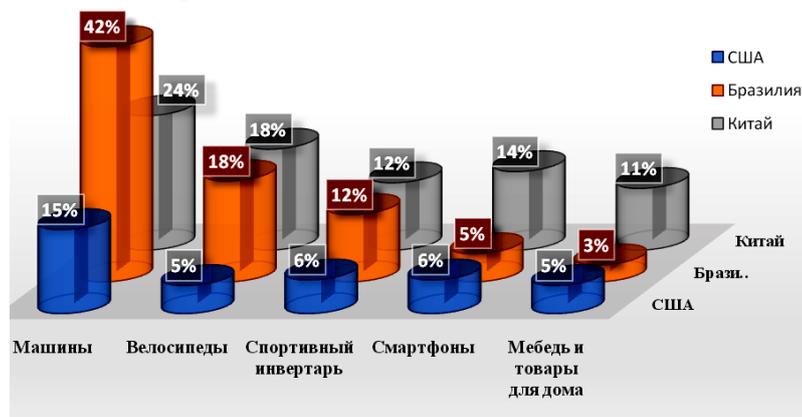
Тенденция к экологии потребления затрагивается в работе Т.В. Кузьминой, где говорится, что большое количество социальных движений, политических и общественных деятелей призывают граждан задуматься о глобальных проблемах потребления, акцентируя внимание потенциальных покупателей или пользователей на значении сохранения природных ресурсов и их неэффективного использования. Чем меньше люди потребляют блага, тем меньше вреда наносится природе при изготовлении товаров, и тем самым меньше отходов производства и меньше утилизация использованных вещей [6].

В своей научной статье А.Д. Адактилос [1] ссылается на исследования профессора экономики Колорадского университета Андерса Фремстада, который, изучая ряд сервисов совместного потребления, отметил, что они вносят значительный вклад в сокращение объема вещей, выбрасываемых на свалки. В его работе указывается, что благодаря совместному использованию вещей и жилья снижается ущерб природе. Согласно исследованию Калифорнийского университета, проведенного в 2011 г., каждая машина, которая используется совместно, заменяет от 9 до 13 машин. Сами сервисы проводят исследования снижения экоследа и публикуют результаты на своих сайтах. Правда, такие исследования не являются независимыми и не всегда прозрачными (например, не раскрывают методику подсчета).

По словам А.Д. Адактилоса, экономика – это слишком сложная и многофакторная система и не стоит в оценках прибегать к упрощениям. Например, можно сделать и такой вывод: более дешевое и доступное жилье побудит людей путешествовать больше, что увеличит выбросы CO² или более доступный каршеринг приведет к тому, что люди будут меньше пользоваться более экологичным общественным транспортом. В целом, здравый смысл и ряд исследований указывают, что экономика совместного потребления помогает уменьшить количество выбрасываемых вещей, отходов и снизить общий экологический ущерб. Но, как и во всем, стоит сохранять критический и многосторонний взгляд [1].

Впечатляют также темпы развития аренды движимого имущества, от машин и велосипедов, до спортивного инвентаря и бытовой техники, в разных странах. Согласно исследованию, проведенному бизнес-платформой Statista Global Consumer Survey, рынок аренды товаров повседневного спроса составляет от 3 % до 42 % от численности населения США, Бразилии и Китая, как крупнейших мировых экономик (рис.1). При этом китайские потребители

лидируют в данном секторе практически по всем категориям товаров, за исключением аренды машин, где на первый план выходит бразильский рынок, достигая максимальных 42 %. 18 % китайских потребителей готовы арендовать велосипеды на длительный срок, а 24 % поступают так же с автомобилем. Потребители США ведут себя более осторожно и пока предпочитают покупать товары, вместо того чтобы брать предметы напрокат. В среднем 5 %–6 % американцев намерены арендовать смартфоны, мебель, спортивное оборудование и велосипеды, до 15 % расширяется в США рынок аренды автомобилей [14].



Р и с . 1. Количество потребителей, готовых арендовать товары [14]

Объем транзакций онлайн-сервисов совместного потребления (шеринг сервисов), работающих в России, по итогам 2019 г. составил около 769,5 млрд руб. и показал рост в 50 % по сравнению с результатами 2018 г [10].

Это свидетельствует о наметившемся тренде в экономике, который вырос на сочетании ряда факторов, вызванных последствиями глобализации. К числу основных следует отнести – развитие сверхпотребления и формирование глобального «общества потребления», истощение природных ресурсов как сырья для создания товаров потребительского спроса, рост отходов как следствие тотального потребления товаров и ресурсов. Идеология консюмеризма, граничащего со сверхпотреблением, охватила мировое сообщество в середине XX века, и стала, по словам знаменитого французского социолога Жана Бодрийара, сопоставима с приобретением соответствующего статуса в общественной иерархии [2]. Однако, продолжающееся сверхпотребление неизбежно приводит к экологическим проблемам и быстрому истощению всех видов ресурсов, а значит вызывает резкий поворот в экономическом поведении, обусловленный объективными причинами. Современная экономика требует новых моделей получения «блага». И одной из таких моделей может стать «совместное потребление блага» как продукта производства или оказания услуги.

Развитию экономики совместного потребления должна способствовать новая система ценностей, которая будет направлена против одержимости владения материальными благами и ориентирована на получение удовлетворения от совместного пользования имуществом.

Доверие в экономике совместного потребления

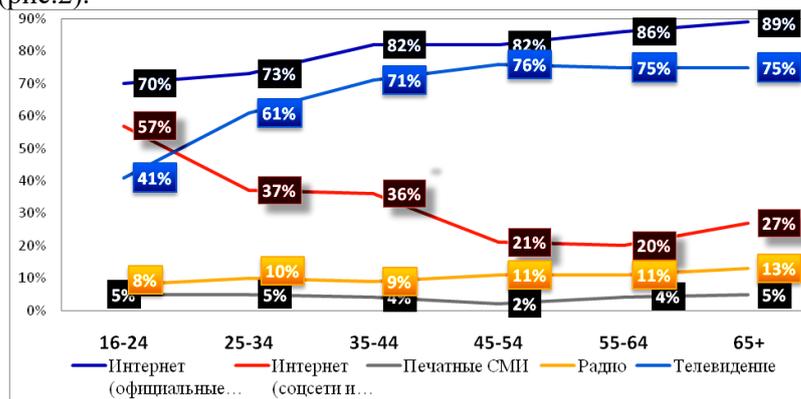
Для развития экономики совместного потребления наиболее значимым стимулом является наличие доверительного отношения между участниками

данного процесса. Отсутствие доверия между сторонами обмена товарами или услугами неизбежно тормозит или даже останавливает его реализацию, что наносит, в конечном итоге, ущерб экономическому росту в целом. В своей известной работе «Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию» [9] американский социолог Фрэнсис Фукуяма называет доверие ключевой характеристикой развитого человеческого общества, в котором от уровня доверия напрямую зависит его прогресс.

Для совместного потребления, участники которого обычно связаны прямыми каналами взаимодействия, доверие при установлении горизонтальных связей может быть выстроено быстро и эффективно, принимая во внимание наличие современных информационных технологий.

По наблюдениям Р. Ботсмана, автора теории совместного потребления, «проблема отсутствия доверия затрагивает практически все страны, институты, компании. Мы не готовы доверять организациям, но способны верить друг другу» [13].

В своей работе «Шеринг как отражение ценностных ориентиров потребителя в цифровой экономике» Е.С. Земскова затрагивает тему доверия в экономике совместного потребления. Согласно ее данным, сегодня общество испытывает кризис вертикального доверия и рост горизонтального доверия. Доверие граждан правительствам и официальным СМИ замещается доверием информации, получаемой из ближайшего окружения и социальных сетей. Ключевыми источниками информации в России для всех возрастных групп населения являются сегодня Интернет-источники (в среднем 80 %), для молодого поколения в возрасте от 16 до 24 лет – социальные сети и блоги (57 %) (рис.2).



Р и с . 2. Ключевые источники информации в России [4]

В исследовании, проведенном американской компанией Nielsen в 2012 г. [30] в 56 странах, было отмечено, что 92 % потребителей больше доверяют рекомендациям друзей и так называемому «сарафанному радио», чем любой рекламе. Также 69 % интервьюируемых высказались, что обратятся к шеринг-компаниям только после получения рекомендации от друзей, которым они доверяют. По результатам опроса было показано, что 64 % потребителей экономики совместного потребления считают саморегулирование внутри сервисов более действенным, чем государственное регулирование. 59 % респондентов заявили, что не будут доверять предприятиям экономики совместного потребления, пока они не будут должным образом регулироваться [19].

Существенное значение в формировании доверия играет также репутация. Если, например, в обменном сервисе пользователю будет выдана информация, плохо связанная с направленным им запросом в связи с некачественной обработкой имеющихся в его распоряжении данных об этом пользователе, это может привести к потере репутации, которая, в свою очередь, является специфическим активом, обеспечивающим доверие к сервису. Ухудшение репутации приведет к сокращению доходов. Репутация в экономике совместного потребления является не только источником дохода, но и важным параметром саморегулирования, причем последнее выступает более значимым фактором, чем государственное регулирование [4].

Критика экономики совместного использования часто вызвана неопределенностью регулирования. Это связано с желанием лиц, предоставляющих услуги, уйти от приобретения соответствующих разрешительных документов, выдаваемых федеральными, государственными или местными властями, чтобы не оплачивать связанные с этим расходы. Это позволяет им устанавливать более низкие цены на предлагаемый сервис. Другая проблема заключается в том, что отсутствие государственного надзора ведет к серьезным злоупотреблениям как со стороны продавцов, так и покупателей в экономике совместного использования. В частности, резонансными становятся случаи размещения скрытых камер в арендуемом жилье или машине, несправедливого отношения к водителям в сервисе попутных поездок.

Увеличение объема информации, передаваемой на онлайн-платформе для обслуживания сервисов совместного пользования, может вызвать гендерные и расовые предубеждения среди пользователей. Это происходит в связи с тем, что пользователям разрешено выбирать, с кем они будут делиться своим домом или транспортным средством.

По мере того, как появляется все больше данных и развивается экономика совместного использования, компании в этой экономике взяли на себя обязательство бороться с предвзятостью, как среди своих пользователей, так и в алгоритмах коммуникации, часто сознательно ограничивая доступность информации для покупателей и продавцов о них [17].

Таким образом, в экономике совместного потребления проблема с доверием должна быть решена путем развития новых форм саморегулирования, реформирования существующих стандартов и правил, распространения юридических знаний и налоговых обязательств среди пользователей.

Удобство и экономия – это маяки современной модели экономики, но в конечном итоге экономика совместного потребления будет продолжать развиваться только благодаря доверию. Это эликсир, который позволяет нам чувствовать себя уверенно, оставаясь в доме незнакомца или путешествуя автостопом с кем-то, кого мы никогда не встречали.

Базовые модели и типы совместного потребления

Экономика совместного использования построена на идее совместного потребления. В традиционной капиталистической экономической модели товары принадлежат отдельным лицам. Если вы хотите иметь возможность путешествовать по стране на машине, вам нужно ее купить. Если вы хотите содержать свой дом в порядке, вам нужно приобрести средство для удаления пыли и грязи. Это называется личным потреблением.

Совместное потребление – это когда несколько человек владеют товарами, а остальные могут заплатить за привилегию «одолжить» их. По

сути, это монетизированная форма извлечения дополнительной пользы от приобретенного имущества в те интервалы времени, когда оно не востребовано непосредственным владельцем.

Идея совместного использования общего ресурса зародилась в индустриальную эпоху, когда крестьянские массы устремились в города, не имея при этом возможности приобрести жилье и средства производства. Они становились арендаторами жилья и наемными рабочими. Наемный труд по-прежнему остается основным принципом организации производственного сектора экономики. В секторе услуг активно развиваются возможности временного использования технических средств для самостоятельного достижения поставленной цели, таким образом вместо заказа услуги, арендуют техническое средство для ее оказания.

Сегодня базовыми моделями экономики совместного потребления выступают две ее основные разновидности. Разницу определяет уровень участия владельца имущества в получаемой доходности.

Первая модель строится на использовании клиентом имущества, принадлежащего другому владельцу. Примером такой модели может служить каршеринг, прокат велотехники, аренда бытовой техники и даже аренда собаки для прогулки, ставшая актуальной в период пандемии 2020 г., когда выход на улицу оказался для большинства населения планеты ограниченным. Владелец получает доход от личного имущества в интервалы времени, когда оно не используется в собственных интересах. Это также может быть компания, предлагающая многократное почасовое использование клиентами собственного имущества в целях повышения интенсивности его применения. Таким образом, данная модель позволяет интенсифицировать использование ресурса и создавать возможности для сокращения производства и уменьшения единоличного потребления данного товара. В итоге создается синергетический эффект – экономятся сырьевые ресурсы для производства продукта и уменьшаются отходы от его производства и потребления.

Вторая модель предполагает использование одного и того же имущества, как в личных целях, так и для совместного использования в интересах компании. Тогда личное имущество и его владелец включаются в создание стоимости услуги, предоставляемой бизнесом. Примером таких компаний может служить служба такси, в которой используются частные автомобили, а их владельцы становятся водителями. Такая модель обеспечивает компании возможность экономить как на инвестициях в основной капитал для приобретения необходимых средств производства, так и на последующей амортизации этих основных фондов и ведении соответствующего бухгалтерского учета. Компания превращается в легко управляемый центр доходности с минимальным штатом, вокруг которого концентрируются самозанятые владельцы необходимого для компании имущества.

Обе модели нашли свое равнозначное применение, как в мировой, так и российской практике. В качестве основной предпосылки, вызвавший стремительный рост направлений совместного использования различных ресурсов, был связан при этом с развитием Интернет-технологий и программного обеспечения.

Практически все формы совместного потребления используют Интернет для связи провайдеров с клиентами, независимо от того, снимают ли они дом через Airbnb или арендуют автомобиль на Яндекс.Драйв.

В табл. 1. представлена типология онлайн платформ, обеспечивающих сервисы совместного потребления различных ресурсов.

Таблица 1

Типы совместного потребления

Тип совместного потребления	Характеристика	Примеры компаний	Доход за 2020, в USD
Одноранговое кредитование	Это платформа однорангового кредитования, позволяющая физическим лицам ссужать и занимать деньги без обращения в традиционный банк.	LendingClub – американская одноранговая кредитная компания. Prosper – американская одноранговая кредитная компания.	314,7 млн [21] 93,4 млн [21]
Аренда квартир / домов и каучсерфинг	Это платформа для совместного проживания в квартирах / домах, которая соединяет домовладельцев с людьми, которым нужно место для проживания во время путешествий. Хозяева устанавливают цену за ночь и указывают доступные даты, как правило, когда они не используют собственность.	Airbnb – это онлайн-рынок, который объединяет людей, которые хотят сдавать свои дома в аренду, с людьми, которые ищут жилье в этом регионе. HomeExchange – это сеть для облегчения домашнего обмена.	3,7 млрд [11] 25 млн [18]
Краудфандинг	Это платформа, соединяющая людей, которым нужны деньги, с теми, кто готов их предоставить. Не всегда ожидается, что получатели будут возвращать средства.	Kickstarter – сайт для привлечения денежных средств на реализацию творческих, научных и производственных проектов по схеме краудфандинга. Indiegogo – сайт финансирования творческих проектов по схеме общественного финансирования.	500 млн [19] 100 млн [19]
Перепродажа и торговля	Это платформа, позволяющая покупать, продавать и иногда обменивать новые и поддержанные товары без личного общения.	eBay – это компания, управляющая веб-сайтом eBay, онлайн-аукционом и веб-сайтом покупок, на котором люди и компании покупают и продают широкий спектр товаров и услуг по всему миру. Amazon – американская компания, крупнейшая в мире на рынках платформ электронной коммерции и публично-облачных вычислений по выручке и рыночной капитализации.	10,27 млрд [15] 386,1 млрд [12]
Райдшеринг и каршеринг	Это платформа, предлагающая некоторые из преимуществ владения автомобилем, такие как легкий доступ к городу без необходимости полагаться на общественный транспорт, с некоторыми недостатками, такими как оплата бензина, страхование и техническое обслуживание.	Uber – транспортная компания с приложением, которое позволяет пассажирам вызывать машину, а водителям вносить плату за проезд и получать деньги. GetAround – это онлайн-сервис каршеринга или однорангового каршеринга, который позволяет водителям арендовать автомобили у частных владельцев автомобилей, а владельцам – сдавать свои автомобили в аренду за плату.	11,1 млрд [26] 100 млн [16]

Тип совместного потребления	Характеристика	Примеры компаний	Доход за 2020, в USD
Знания и обмен талантами	Это сайты, предлагающие подобрать фрилансеров в широком спектре - от традиционных внештатных работ до услуг, традиционно предназначенных для разнорабочих.	TaskRabbit – платформа, которая позволяет предлагать свои услуги в таких нишах, как уборка дома, строительство мебели, уход за садом или выполнение поручений. UpWork – это американская платформа для фрилансеров, где предприятия и частные лица объединяются для ведения бизнеса.	100 млн [25] 373,6 млн [27]
Коворкинг	Это платформа, позволяющая разделить расходы на аренду офиса, коммунальные услуги, хранение, почту и канцелярские принадлежности с другими профессионалами.	WeWork – американская компания, занимающаяся коммерческой недвижимостью, которая предоставляет гибкие общие рабочие пространства для технологических стартапов и услуги для других предприятий.	3,2 млрд [22]
Нишевые услуги	Эти платформы экономики совместного потребления, предлагающие услуги, которые чрезвычайно полезны для небольших слоев населения.	Spinlister – это веб-сайт и мобильное приложение для одноразового обмена спортивным снаряжением на открытом воздухе, в частности, велосипедами, досками для серфинга, лыжами и сноубордами.	3 млн [24]

Развитие Интернет-технологий, а также простота и доступность работы с онлайн платформами для пользователей любого возраста позволяют сделать вывод о том, что в перспективе будут появляться новые типы совместного потребления, ориентированные прежде всего на экологическую составляющую экономики.

Заключение

Экономика совместного потребления дает возможность общения, основанного на доверии, а также экономии ресурсов и, как следствие, поддержания экологического баланса [8]. Тренд на коллективное использование вещей и услуг активно развивается во всем мире. Сейчас уже имеются компании, получившие всеобщее доверие, такие как AIRBNB и UBER. Шеринговые компании по всему миру дают возможность пользователям арендовать, дарить, одалживать и делиться товарами, услугами, навыками и информацией. И с каждым годом появляется все больше стартапов, основанных на совместном потреблении.

Развитию экономики совместного потребления способствовали новая система ценностей, ориентированная на отказ от сверхпотребления в пользу совместного пользования имуществом. Это произошло также из-за увеличивающейся плотности населения городов, увеличения неравенства доходов и волатильности стоимости природных ресурсов. Одной из главных предпосылок стремительного роста данного сектора экономики стало постоянное увеличение числа активных пользователей Интернета и социальных сетей во всех возрастных категориях населения.

Компании, занимающиеся экономикой совместного использования, добились успеха по трем причинам: они используют неиспользуемые или недостаточно используемые мощности, они используют технологии в качестве основы и обеспечивают другой вид взаимодействия с пользователем. Однако эти компании работают в таких сферах, которые еще не попали в регулируемые законодательством. Пока остается неясным, как должно происходить регулирование, и по мере быстрого развития этого рынка продолжают возникать новые проблемы. Проблемы с доверием и регулированием должны быть решены путем развития новых форм саморегулирования, реформирования существующих стандартов и правил, распространения юридических знаний и налоговых обязательств среди пользователей экономики совместного потребления.

На основании модели экономики совместного потребления возникло множество компаний, которые позволяют расходовать значительно меньше энергии и воды, выделять меньше парниковых газов и сокращать отходы, продлевать жизненный цикл вещей и способствовать сокращению сверхпроизводства, что является сегодня одной из главных проблем человечества.

Список литературы

1. Адактилос А.Д., Чаус М. С., Молдован А.А. (2018). Шеринговая экономика. *Economics*, (4 (36)), 95–100.
2. Бодрийяр Ж. (2020). Общество потребления. Изд-во АСТ.
3. Гайдаренко В.А. (2016). Экономика совместного потребления (sharingeconomy): монография. М.: Эколит.
4. Земскова Е.С. (2019). Шеринг как отражение ценностных ориентиров потребителя в цифровой экономике. *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент»*, (3), 17–27.
5. Как сообщество Airbnb поддерживает экологически безопасные путешествия по всему миру. (2018). Дата обращения 15.11.2020 <https://news.airbnb.com/how-the-airbnb-community-supports-environmentally-friendly-travel-worldwide/#:~:text=A%202018%20analysis%20using%20the,emitted%2C%20and%20waste%20is%20reduced>.
6. Кузьмина Т.В. (2017). Социокультурный футурологический феномен совместного потребления: причины возникновения, признаки, эффекты. *Манускрипт*, (9 (83)), 121–124.
7. Лымарь Е.Н. (2018). Экономика совместного потребления в современной России. *Вестник Челябинского государственного университета*, (12 (422)), 67–72.
8. Матюшева К.А. Костина Н.Н. (2019). Развитие экономики совместного потребления в России: модели, тренды, отрасли. *Перспективы социально-экономического развития 21 столетия: инновационные, финансовые, информационные и правовые аспекты*, 16–22.
9. Фукуяма Ф. (2004). *Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию*. Пер с англ. М.: АСТ.
10. Экономика совместного пользования (ЭСП) в России 2019. Дата обращения 18.01.2021 <https://raec.ru/activity/analytics/9845/>
11. Airbnb. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/airbnb>
12. Amazon. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/amazon>
13. Botsman, R. (2017). *Who can you trust? how technology brought us together-and why it could drive us apart*. Penguin UK.
14. Buchholz K. (2020). Chinese on Top of the Sharing Economy. Дата обращения 17.01.2021 <https://www.statista.com/chart/18327/openness-to-sharing-economy-survey>
15. eBay. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/ebayinc>
16. GetAround. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/getaround>
17. Gordon, S. (2020). *Sharing Economy*. Дата обращения 15.11.2020 <https://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp>
18. Homeexchange. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/homeexchange>
19. Kickstarter. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/kickstarter>

20. PricewaterhouseCoopers. (2015). Consumer Intelligence Series «The Sharing Economy». Дата обращения 15.11.2020 https://www.pwc.fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf
21. PricewaterhouseCoopers. (2015). Sharing or paring? Growth of the sharing economy. Дата обращения 29.09.2020 <https://www.pwc.com/ru/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf>
22. Prosper. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/prosper>
23. Rizzi, N. (2021). WeWork Lost \$3,2B in 2020, Looking to Raise \$1B via SPAC. Дата обращения 07.04.2021 <https://commercialobserver.com/2021/03/wework-lost-3-2b-in-2020-looking-to-raise-1b-via-spac/#:~:text=Documents%20showed%20to%20prospective%20investors,billion%20WeWork%20lost%20in%202019.&text=A%20spokesperson%20for%20WeWork%20declined%20o%20comment>
24. Spinlister. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/spinlister>
25. TaskRabbit. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/taskrabbit>
26. Uber. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/uber>
27. Upwork. Дата обращения 07.04.2021 <https://www.upwork.com>

Об авторах:

ПИСАРЕВА Лариса Юрьевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики и управления развитием территорий, Финансово-экономический институт, ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Амосова», e-mail: pisareva@inbox.ru, ORCID: 0001-7316-6763, SPIN-код: 4233-4640

КИМ Аэлита Алексеевна – магистрант 2 курса, Финансово-экономический институт, ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Амосова», aelitakim@yahoo.com, ORCID: 0000-0003-1332-244

SHARING CONSUMPTION AS A TREND OF THE MODERN ECONOMY

L.Yu. Pisareva¹, A.A. Kim²

^{1,2} FSAU VO “Northeast Federal University
named after M.K. Amosova”, Institute of Finances and Economics

This article presents an analysis of the sharing economy's current state as the most dynamically developing sector of the modern economy. The work is focused on an overview of the factors contributing to the development of the sharing economy as a global world trend in conditions of serious resource constraints, the reasons that influenced its formation are highlighted. The paper describes the main models of the sharing economy, allowing to extend the life cycle of things, reduce overproduction, and provide an overview of successful companies in the sharing sector. The role of joint consumption in creating a system for the economic use of resources and, consequently, the maintenance of the ecological balance is revealed. The authors associate the prospects for the development of the sharing economy with the need to increase trust as a factor influencing the interaction between the consumer and the manufacturer of goods and services.

Keywords: *sharing economy, sharing, resource saving, trust, overproduction, waste disposal, Internet technologies.*

About the authors:

PISAREVA Larisa Jur'evna – Ph.D., Associate Professor at the Department of Economics and Territorial Development Management, Institute of Finances and Economics, FSAU VO “Northeast Federal University named after M.K. Amosova”, e-mail: pisareva@inbox.ru

KIM Ajelita Alekseevna – master degree student, Institute of Finances and Economics, FSAU VO “Northeast Federal University named after M.K. Amosova”, e-mail: aelitakim@yahoo.com

References

1. Adaktilos A.D., Chaus M. S., Moldovan A.A. (2018). Sheringovaja jekonomika. Economics, (4 (36)), 95–100.
2. Bodrijar Zh. (2020). Obshhestvo potreblenija. Izd-vo AST.
3. Gajdarenko V.A. (2016). Jekonomika sovmestnogo potreblenija (sharingeconomy): monografija. M.: Jekolit.
4. Zemskova E.S. (2019). Shering kak otrazhenie cennostnyh orientirov potrebitelja v cifrovoj jekonomike. Nauchnyj zhurnal NIU ITMO. Serija «Jekonomika i jekologicheskij menedzhment», (3), 17–27.
5. Kak soobshhestvo Airbnb podderzhivaet jekologicheskij bezopasnyje puteshestvija po vsemu miru. (2018). Data obrashhenija 15.11.2020 <https://news.airbnb.com/how-the-airbnb-community-supports-environmentally-friendly-travel-worldwide/#:~:text=A%202018%20analysis%20using%20the,emitted%2C%20and%20waste%20is%20reduced>.
6. Kuz'mina T.V. (2017). Sociokul'turnyj futurologicheskij fenomen sovmestnogo potreblenija: prichiny vozniknovenija, priznaki, jeffekty. Manuskript, (9 (83)), 121–124.
7. Lymar' E.N. (2018). Jekonomika sovmestnogo potreblenija v sovremennoj Rossii. Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta, (12 (422)), 67–72.
8. Matjusheva K.A. Kostina N.N. (2019). Razvitie jekonomiki sovmestnogo potreblenija v Rossii: modeli, trendy, otrasli. Perspektivy social'no-jekonomicheskogo razvitija 21 stoletii: innovacionnye, finansovyje, informacionnye i pravovye aspekty, 16–22.
9. Fukujama F. (2004). Doverie: social'nye dobrodeteli i put' k procvetaniju. Per s ang. M.: AST.
10. Jekonomika sovmestnogo pol'zovanija (JeSP) v Rossii 2019. Data obrashhenija 18.01.2021 <https://raec.ru/activity/analytics/9845/>
11. Airbnb. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/airbnb>
12. Amazon. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/amazon>
13. Botsman, R. (2017). Who can you trust? how technology brought us together-and why it could drive us apart. Penguin UK.
14. Buchholz K. (2020). Chinese on Top of the Sharing Economy. Data obrashhenija 17.01.2021 <https://www.statista.com/chart/18327/openness-to-sharing-economy-survey>
15. eBay. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/ebayinc>
16. GetAround. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/getaround>
17. Gordon, S. (2020). Sharing Economy. Data obrashhenija 15.11.2020 <https://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp>
18. Homeexchange. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/homeexchange>
19. Kickstarter. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/kickstarter>
20. PricewaterhouseCoopers. (2015). Consumer Intelligence Series «The Sharing Economy». Data obrashhenija 15.11.2020 https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf
21. PricewaterhouseCoopers. (2015). Sharing or paring? Growth of the sharing economy. Data obrashhenija 29.09.2020 <https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf>
22. Prosper. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/prosper>
23. Rizzi, N. (2021). WeWork Lost \$3,2B in 2020, Looking to Raise \$1B via SPAC. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://commercialobserver.com/2021/03/wework-lost-3-2b-in-2020-looking-to-raise-1b-via-spac/#:~:text=Documents%20showed%20to%20prospective%20investors,billion%20WeWork%20lost%20in%202019.&text=A%20spokesperson%20for%20WeWork%20declined%20to%20comment>.
24. Spinlister. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/spinlister>
25. TaskRabbit. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/taskrabbit>
26. Uber. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.owler.com/company/uber>
27. Upwork. Data obrashhenija 07.04.2021 <https://www.upwork.com>