

DOI: 10.38197/2072-2060-2020-222-2-241-265

ВОЗМОЖНОСТИ ОЦЕНКИ МАСШТАБОВ ВКЛЮЧЕННОСТИ ДОМОХОЗЯЙСТВ В ШЕРИНГ-ЭКОНОМИКУ

OPPORTUNITIES TO ASSESS THE EXTENT OF HOUSEHOLD INVOLVEMENT IN THE SHARING ECONOMY



КУЧМАЕВА Оксана Викторовна

Профессор кафедры народонаселения
Московского государственного университета
имени М.В. Ломоносова, д.э.н.

Oksana V. KUCHMAEVA

Professor of the Department of Population
of Lomonosov Moscow State University,
Doctor of Economics

АННОТАЦИЯ

Одним из последствий распространения цифровых технологий является формирование модели шеринг-экономики, в которой пользователи делят недоиспользуемые ими в настоящий момент активы для получения материальных и нематериальных выгод. Шеринг-экономика получает все боль-

шее распространение в России. Благодаря шеринг-экономике различные группы потребителей решают проблемы в сфере занятости, сбора средств на проекты, получения услуг и приобретения товаров. Значительная часть исследований затрагивает проблемы оценки масштабов шеринг-экономики, ее вклада в экономическое развитие стран, оценку экономического эффекта шеринг-моделей для владельцев цифровых платформ.

В экономику совместного потребления вовлечены различные социальные группы, и масштабы их включенности и получаемый эффект весьма дифференцированы. Цель работы — определение возможностей и источников информации для получения достоверной информации о включенности различных социально-демографических групп в шеринг-экономику и влиянии шеринг-экономики на их качество жизни. Особый интерес в контексте включенности в шеринг-экономику представляют домохозяйства с детьми как одна из наименее социально защищенных групп населения. Необходима оценка вклада шеринг-экономики в развитие личной экономической инициативы и мобильности, улучшения экономического положения различных типов домохозяйств, развития модели социальной политики. Масштабные выборочные исследования позволили бы получить необходимую доказательную эмпирическую базу для проверки исследовательских гипотез. Корректировка программ обследований, проводимых Росстатом, позволила бы решить важные исследовательские задачи по оценке роли шеринг-экономики в жизни российских домохозяйств.

ABSTRACT

One of the consequences of the spread of digital technologies is the formation of a sharing economy model in which users divide the currently underutilized assets to obtain tangible and intangible benefits. The sharing economy is becoming more widespread in Russia. Thanks to the sharing economy, various groups of consumers solve problems in the field of employment, raising funds for projects, obtaining services and purchasing goods. A significant part of the research deals with the problems of assessing the scale of the sharing economy, its contribution to the economic development of countries, and assessing the economic effect of sharing models for owners of digital platforms. Different social groups are involved in the economy of shared consumption, and the

extent of their involvement and the resulting effect are highly differentiated. The purpose of the work is to identify opportunities and sources of information for obtaining reliable information about the inclusion of various socio-demographic groups in the sharing economy and the impact of the sharing economy on their quality of life. Of particular interest in the context of inclusion in the sharing economy are households with children as one of the least socially protected groups of the population. It is necessary to assess the contribution of the sharing economy to the development of personal economic initiative and mobility, improving the economic situation of different types of households, and developing a social policy model. Large-scale sample studies would provide the necessary evidence-based empirical basis for testing research hypotheses. Adjusting the survey programs carried out by Rosstat would allow solving important research tasks to assess the role of the sharing economy in the life of Russian households.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Шеринг-экономика, экономика совместного пользования, реципрокация, экономика домохозяйств, домохозяйства с детьми, домохозяйства в шеринг-экономике.

KEYWORDS

Sharing economy, sharing economy, reciprocity, household economy, households with children, households in the sharing economy.

ВВЕДЕНИЕ

Одним из результатов трансформации человеческих коммуникаций под воздействием цифровых технологий можно считать распространение в последние годы «sharing-economy» («шеринг-экономики»), или «экономики совместного потребления». Ее демократичные и понятные принципы сочетаются с традициями реципрокации, взаимопомощи, услугуобмена, которые на протяжении столетий были характерны для различных групп населения. С развитием технологий люди обращаются к практике совместного потребления, значительно расширяя круг участников

и партнеров — до масштабов страны или даже всего мира. Явление sharing-economy вошло в составленный журналом Time список идей, которые изменят мир в ближайшем будущем [1]. Оценка масштабов шеринг-экономики и ее динамики впечатляют. Мировой рынок шеринга составил в 2015 г. \$15 млрд и в перспективе достигнет \$335 млрд к 2025 г. [2].

Концепция модели экономики совместного потребления, изложенная Рэйчел Ботсман и Ру Роджерс в книге «What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption», заключается в том, что в ряде случаев иметь товары/услуги в совместном или временном пользовании выгоднее, чем обладать ими, благодаря снижению издержек [3]. Неиспользуемая в данный момент собственность предоставляется в пользование другим субъектам на постоянной или временной основе.

Шеринг-экономика получает все большее распространение в России. В 2016 г. Россия была признана одной из десяти стран с быстроразвивающейся цифровой экономикой [4]. По оценкам специалистов, в 2018 г. объем транзакций на основных платформах экономики совместного пользования в России составил около 511 млрд руб. В сравнении с 2017 г. показатель вырос примерно на 30% [5]. Доклад Российской ассоциации электронных коммуникаций рассматривает вклад экономики совместного потребления в решение стратегических задач развития России до 2024 г.

Ежегодно в России на C2C¹-платформах приблизительно 8 млн пользователей становятся продавцами, 10 млн — покупателями [6]. Основной вклад в масштабы и динамику экономики совместного пользования вносят именно C2C-продажи (72% от объема транзакций в 2018 г.), услуги частных лиц-фрилансеров (19%), транспорт (каршеринг и карпулинг — каждый приблизительно по 2,5%) и краткосрочная P2P² — аренда жилых помещений (2%) [5, с.

¹ C2C (Consumer-to-Consumer) — «потребитель для другого потребителя». По сути, речь идет о коммерческих транзакциях между потребителями — физическими лицами; в юридическом смысле слова они не являются предпринимателями.

² P2P (Peer-to-Peer) — компьютерные сети, основанные на равноправии участников.

14]. Шеринг-экономика охватывает значительное число потребителей.

Масштабы страны, недостаточная плотность железнодорожного сообщения, относительно высокие цены на услуги транспорта привели к тому, что российский рынок карпулинга имеет весьма значительный объем: карпулинг-сообщество России насчитывает около 16 млн чел. и является самым крупным в Европе [5, с. 13].

Исследователи выделяют ряд характеристик экономики совместного потребления, делая акцент на роли современных цифровых технологий. Значительная часть публикаций затрагивает экономический эффект для участников рынка, прежде всего владельцев цифровых платформ. В экономику совместного потребления вовлечены различные социальные группы, и масштабы их включенности и получаемый эффект весьма дифференцированы. Однако насколько достоверно мы можем оценить влияние шеринг-экономики на жизнь людей в условиях имеющегося информационного поля?

Цель работы — определение возможностей и источников информации для получения достоверной информации о включенности различных социально-демографических групп в шеринг-экономику и оценки влияния шеринг-экономики на их качество жизни.

Пока, с точки зрения статистики, шеринг-экономика относится, по сути, к ненаблюдаемой экономике, хотя и охватывает значительную часть потребителей.

Подходы к определению шеринг-экономики

Несмотря на сравнительно небольшой срок существования, современная модель шеринг-экономики имеет несколько определений, в рамках которых авторы ставят акцент на отдельных значимых характеристиках.

Совместное потребление рассматривается как процесс передачи того, что принадлежит одной группе лиц, в пользование другим лицам [7, р. 126]. Экономику совместного потребления определяют как экономическую модель, в которой пользователи делят не-

доиспользуемые ими в настоящий момент активы для получения материальных и нематериальных выгод [8, р. 23–25].

Ряд авторов делает акцент на современных технологиях, использование которых приводит к культурным, технологическим и экономическим преобразованиям [3; 9]. Экономика совместного потребления представляет собой «деятельность по принципу P2P для получения совместного доступа к товарам и услугам, которая координируется онлайн-услугами на уровне сообществ» [10, р. 1], тем самым связывает продавцов и покупателей с помощью цифровых платформ. Экономика совместного потребления рассматривается как совокупность интернет-платформ, способствующих процессам обмена между пользователями [10; 11]. Отмечается, что огромное влияние на создание различных улучшенных способов обмена, а также усовершенствование старых форм совместного пользования оказывает Web 2.0 [13, р. 7–23].

Исследователи полагают, что экономика совместного потребления приводит к построению социальных связей между пользователями [14; 15].

Экономика совместного потребления позволяет использовать инструменты аренды, бартера, совместного использования [16, р. 126–140; 14; 17] для доступа к необходимым товарам и услугам вместо владения ими.

Подводя итог, можно сказать, что существует несколько определенных шеринг-экономики, однако общим моментом выступает ее характеристика как деятельности для получения совместного доступа к товарам и услугам, которая координируется онлайн-услугами на уровне сообществ. Большая часть исследователей подчеркивает роль Интернета, благодаря которому сформировалась современная модель шеринг-экономики.

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ШЕРИНГ-ЭКОНОМИКИ

Формирование современной модели шеринг-экономики обусловлено влиянием совокупности трендов мирового социального и

экономического развития. Достаточно большое количество исследований посвящено факторам распространенности шеринг-экономики в различных сегментах экономики, в частности туристическом бизнесе и сфере аренды жилья, каршеринге [18; 19, р. 89–120; 20; 21, р. 25–35; 22]. Важным фактором выступает глобализация экономической и социальной жизни, приводящая к унификации потребительского поведения, что позволяет использовать модели, апробированные в одной стране, во всем мире, а также создавать глобальные проекты, не ограниченные границами конкретных стран.

Прежде всего необходимо отметить, что развитие современных коммуникаций, интернет-сетей и сетевых сообществ существенно изменило модели социального и экономического взаимодействия между людьми в различных странах — и Россия не является исключением. Возникли новые возможности общения, поиска информации, выстраивания личных и профессиональных отношений, осуществления финансовых операций.

Радикальная трансформация используемых технологий ведет к изменению организационно-экономических отношений. Существенно повышается гибкость организации производственных процессов. Особенностью процессов производства и потребления стала их увеличивающаяся индивидуализация. Еще одним фактором распространенности шеринг-моделей выступает растущая сложность бизнес-среды, что приводит к поиску новых форм социального взаимодействия между работодателем и сотрудниками, производителем и потребителями, а также стимулирует развитие экономики совместного потребления.

Укрепление горизонтальных связей в обществе на основе интернет-технологий позволяет людям оптимизировать потребительские расходы и существенно повысить качество жизни, используя принципы совместного потребления.

В России увеличивается распространенность использования сети Интернет различными группами пользователей. В ходе комплексного обследования условий жизни населения (раунд обследования 2018 г.) 72,9% респондентов старше 15 лет ответили, что

пользуются Интернетом. Для осуществления финансовых операций использует Интернет каждый седьмой россиянин; около 6% — выходит в Интернет для поиска или выполнения оплачиваемой работы (5,7%), 15–17% — для приобретения товаров, чаще при покупке одежды, обуви и бытовой техники³.

В условиях интеллектуализации экономики происходит трансформация всех видов собственности. К особенностям отношений собственности относится многообразие ее форм, их переплетение, в основе чего лежит тенденция распределения прав собственности между рядом субъектов. Это «переплетенная» собственность, сетевая собственность, перекрестная собственность, «гибридная» собственность и др. «Переплетенная собственность» предполагает наличие множества разнородных собственников; неопределенные границы между общественными и частными формами собственности с развитием гибридных форм; перекрестное владение собственностью.

Согласно отчету компании ГФК «Глобальные тренды и российский потребитель — 2017» [23], факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей, актуальны и для России. Среди ключевых тенденций можно выделить демографические: урбанизацию и миграцию, старение населения (рост числа консервативных пожилых потребителей с высокими требованиями к качеству и удобству), преобладание нуклеарных семей (относительно высокая обеспеченность), равномерное распределение гендерных ролей в принятии решения о покупке.

Отдельное место занимает проблематика доверия к услугам шеринг-экономики. Важная социальная детерминанта — уровень социального доверия в обществе, под воздействием которого развиваются различные формы шеринга. Ряд исследований посвящен ведущей роли онлайн-обзоров, которые формируют репутацию [24, р. 618–644; 25].

³ Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей. URL: https://gks.ru/free_doc/new_site/business/it/fed_nabl-croc/index.html

Использование платформ экономики совместного потребления несет определенный экологический эффект, способствует сохранению ресурсов, положительно влияет на окружающую среду [26]: экономятся природные богатства, ресурсы не уходят на производство лишних вещей. Экологическая значимость шеринга является фактором участия для части пользователей.

Использование потребителями модели шеринг-экономики связано с традициями реципрокации — цифровые технологии расширяют возможность взаимопомощи, используя в качестве средства платежа не только деньги, но и затраты времени.

Все перечисленные факторы способствуют включенности в число пользователей шеринг-экономики различных групп потребителей, решающих с ее помощью проблемы в сфере занятости, сбора средств на проекты, получения услуг и приобретения товаров.

КЛАССИФИКАЦИЯ ШЕРИНГ-МОДЕЛЕЙ

Многообразие сфер деятельности, затрагиваемых шеринг-экономикой, приводит к необходимости проведения классификации, прежде всего с точки зрения объектов шеринга и характера взаиморасчетов.

Бизнес-модели экономики совместного потребления внедряются в различных отраслях — аренде недвижимости и иных вещей, транспорте. Интерес исследователей и практиков привлекает оценка эффективности использования шеринговых моделей бизнесе, например совместных рабочих пространств (коворкинг); сообществ автопопутчиков (карпулинг); краткосрочной аренды помещений — жилых и офисных; совместного финансирования проектов (краудфандинг); продажи товаров; аренды вещей; онлайн-биржи самозанятых исполнителей (фриланс).

Классификация шеринг-моделей, затрагивающих поведение различных групп частных пользователей, домохозяйств, в зависимости от объекта шеринга может быть представлена следующим образом:

1. Краткосрочная аренда жилья напрямую у собственников. При этом выделяют как довольно традиционную аренду за деньги

(AirBnB.ru, Rentmania.ru, Next2U.ru, ЦИАН и др.), так и сдачу жилья в обмен на оказание каких-либо услуг (Obmen Domami, Home-Exchange, Home for Exchange, Homelink, CouchSurfing, BeWelcome, HomeAway), достаточно часто формальной денежной платы с гостей не берут. Основная идея подобных сервисов — взаимопомощь путешественников, культурный обмен.

2. Прокат вещей (BelkaCar, Velobike, Avito.ru, Next2U.ru, Rentmania.ru, «Арендориум», Locolo). Ряд платформ специализируются на отдельных видах товаров, например: Toyrent (сервис аренды детских игрушек), Dress Up Bar (прокат платьев).

3. Продажа, обмен или дарение вещей (Avito.ru, BookCrossing, «Свалка», «Лавка радостей», «Крок и Зябра»).

Существуют сайты, выполняющие значительную социальную функцию. В проекте «Свалка» принимают ненужные в данный момент собственнику вещи — одежду, игрушки, технику, посуду и т.п., приводят их в порядок, а затем продают. Вырученные средства идут на благотворительность. Так же работает магазин одежды «Лавка радостей». В проект «Крок и Зябра» можно отнести ненужные детские вещи — их передадут нуждающимся или продадут по минимальной цене.

4. Совместное финансирование поездок (BlaBlaCar.ru, BeepCar.ru, TwoGo, Довезу!ru, «ДаДаЕду»). Причина появления данных сервисов — рост цен на бензин. В крупных городах основанием для совместных поездок по городу выступают также борьба с пробками и желание помочь решению экологических проблем.

5. Краудфандинг⁴ (planeta.ru, boomstarter, kickstarter).

6. Биржи фрилансеров (Profi.ru, YouDo.ru, Ремонтник.ру, Помогатель.ру, Ярмарка мастеров (livemaster.ru), Etsy.com). Каждый человек, обладающий теми или иными умениями и навыками, может напрямую оказывать услуги: парикмахерские, педагогические, сервисные, по уборке квартир, обучению, ремонту, обслуживанию компьютеров и техники и т.д. — без необходимости при этом об-

⁴ Сбор средств на финансирование стартапа или идеи с помощью добровольных взносов.

ращаться к посреднику-фирме. Платформы напрямую связывают специалиста-представителя услуги и потребителя.

7. Коворкинг (Regus, Деловой, Kovorkingi.ru, SOK, Старт, Офис у дома).

Появляются сети даже для поиска партнера в путешествие, на вечеринку или деловой ужин (EatWith, Meal Sharing, Traveling Spoon и др.), для обмена медицинскими советами, методиками лечения, лекарствами. Расширяется пространство предоставления личных услуг: образовательных, консультационных, по уходу, помощи и др.

Credit Suisse выделил три типа совместного бизнеса: частные лица, продающие или арендующие свои собственные товары и услуги (Airbnb, TaskRabbit), платформы членства, которые позволяют людям легко арендовать предметы или получить доступ к услугам (Zipcar, eLance), и совместные сайты, на которых люди обмениваются в основном нематериальными услугами, такими как обзоры продуктов (TripAdvisor, Yelp), или знаниями (Wikipedia), а также более материальными вещами, такими как финансирование (Kickstarter, Lending Club) [27].

Независимо от объекта шеринга, все модели можно разделить на 3 группы:

- предусматривают финансовые расчеты (аренда жилья, оказание услуг за плату, продажа товаров);
- модели, при которых происходит обмен услуг (предоставление проживания за присмотр за домом и домашними животными, функционирование так называемых банков времени — оплата предоставленной услуги оказанием другого вида услуг, «обмен домами» на время отпуска);
- модели, реализующие прежде всего социальные функции, нацеленные на вовлечение в благотворительность (краудфандинг социальных проектов, дарение вещей).

Очевидно, что различные категории пользователей в различной степени используют те или иные возможности, предоставляемые

шеринг-экономикой. Возраст, наличие семьи, местожительство, уровень дохода, образ жизни влияют на частоту использования тех или иных услуг, формируют потребности в платных или бесплатных сервисах. Комплексную оценку роли моделей шеринг-экономики в жизни потребителей можно получить на основе использования совокупности широкого круга качественных и количественных методов сбора данных, однако задачей исследования в этом случае должна быть оценка масштабов и результативности шеринг-экономики именно для пользователей, а не бизнеса.

Пользователи экономики совместного потребления: результаты исследований

Исследования выявляют характеристики бизнес-модели экономики совместного потребления, которые оказывают особое влияние на пользователей: социальные, экономические, экологические [28; 29, с. 66–82]. В работах рассматриваются последствия распространения шеринг-экономики с учетом классификации используемых ресурсов, в том числе стоимостных и временных [30; р. 37–54].

Появляются российские исследования [31], предметом которых прежде всего выступают оценка роли шеринг-экономики в формировании эффективной модели бизнеса и выявление маркетинговых стратегий [32; с. 71–90]. В исследованиях затрагиваются проблемы выявления типологических характеристик участников шеринг-моделей [33; с. 43–64].

В результате опроса пользователей экономики совместного потребления в 60 странах мира Nielsen были выявлены самые популярные услуги шеринг-экономики для пользователей: аренда электроники, частные уроки, аренда инструментов и оборудования, велотранспорта, одежда напрокат. По данным отчета, доступность и широкая распространенность цифровых технологий способствуют постоянному увеличению числа пользователей сервисами и среди старших поколений [34].

Как уже отмечалось, расширяется аудитория шеринг-экономики в России. Пользователи отмечают экономическую выгоду участия в такого рода проектах. Исследование, проведенное в России и спонсируемое Airbnb, показало, что почти 6 из 10 взрослых согласны с тем, что «возможность заимствовать или арендовать чью-либо собственность или имущество в Интернете — отличный способ сэкономить деньги» [35, с. 343–347].

Исследования, проводимые РАЭК, позволяют сформировать демографический портрет российского пользователя шеринг-экономики [5]. Среди пользователей наблюдается небольшой перевес в пользу мужчин (55%). В Европе перевес в пользу мужчин среди пользователей шеринг-экономики менее значительный (52 и 48% соответственно) [36]. В США исследователи фиксируют в этой сфере полный гендерный баланс [37]. Говоря о возрастных группах, стоит отметить сравнительно невысокий уровень вовлеченности в шеринг-экономику в России представителей старшего поколения. Лица старше 45 лет составляют лишь 5% от общей численности пользователей. Страны Европы демонстрируют более равномерное распределение пользователей шеринг-экономики по возрасту в силу более высокого уровня цифровой грамотности и экономической активности старшего населения: 56% пользователей в возрасте от 55 лет пользуются платформами шеринг-экономики.

Исследования демонстрируют опережающее развитие шеринг-экономики в российских городах-миллионниках, поскольку здесь шеринг-сообществам легче набрать критическую массу спроса и предложения [5, с. 12]. Однако данный вывод скорее отражает только экономическую сторону эффективности шеринг-экономики.

С целью выявить наиболее популярные сервисы экономики совместного потребления осенью 2017 г. был проведен онлайн-опрос 10 000 российских пользователей экономики совместного потребления. Однако доля ответивших респондентов составила около 20%, в результате выборка составила лишь 2047 респондентов

[29, с. 66–82]. Исследование показало, что россияне наиболее часто используют такие сервисы, как аренда услуг или вещей, краткосрочная аренда / сдача в аренду квартир у частных лиц, междугородные поездки и покупка вещей на онлайн-платформах (40–50% опрошенных).

Однако такого рода исследования дают возможность выявить отношение к шеринг-экономике не всего населения, а лишь активных пользователей Интернета. Кроме того, заказчика обычно интересуют вопросы экономической эффективности вовлеченности тех или иных групп пользователей в шеринг-экономику. Практически отсутствуют результаты представительных эмпирических исследований о структуре домохозяйств, являющихся пользователями шеринг-моделей, в том числе домохозяйств с детьми, решение каких проблем берет на себя шеринг-экономик.

ШЕРИНГ-ЭКОНОМИКА И ДОМОХОЗЯЙСТВА С ДЕТЬМИ

Шеринг-экономика затрагивает повседневную жизнь различных групп населения, домохозяйств, она вносит в первую очередь существенные изменения в модели и практики потребления. Особый интерес в контексте включенности в шеринг-экономику представляют домохозяйства с детьми как одна из наименее социально защищенных групп населения. Наличие ребенка или нескольких детей определяет специфику образа жизни домохозяйств, для которых характерны повышенный риск бедности и динамичное изменение потребностей.

Так, к примеру, в России колоссальное развитие получил обмен детскими вещами — как в интернет-сообществах, так и офлайн — среди друзей, знакомых, соседей. Дети быстро вырастают, часто ребенок не успевает сносить одежду. С другой стороны, цены на детские товары весьма существенны для семьи. В связи с этим шеринг, часто переходящий в чистую «реципрокацию» (безвозмездную помощь, передачу вещей бесплатно) в отношении детских вещей, товаров, игрушек, — один из самых масштабных в рамках

«шеринг-экономики» в России. Путешествия для семей с детьми становятся доступнее с использованием шеринг-платформ. Развитие получают и так называемые банки времени, где люди обмениваются нужными услугами, в том числе по уходу за детьми и нетрудоспособными членами домохозяйств.

Наиболее заинтересованными участниками и потребителями выгод шеринг-экономики сегодня оказываются, как показывает предварительный анализ, небогатые семьи с детьми в крупных и средних городах. Коммуникация и возникновение сетевой сплоченности вокруг задач воспитания, обучения и обеспечения детей оказываются одними из самых активных линий развития шеринг-экономики в современном российском обществе. При этом в малых городах и сельской местности, по сути, сохранились традиции архаической модели шеринг-экономики — помощь местного сообщества и семейной группы.

Взаимоотношения производителя и покупателя также претерпевают изменения. Посредством Интернета появилась возможность напрямую — без посредничества торговых предприятий — покупать товары у производителей. Такая прямая закупка у производителей оказывается гораздо более выгодной, особенно если покупатели объединяются в группы, кооперируются (так называемая потребительская кооперация), чему способствуют интернет-платформы и соцсети. Так, немало семей в России в крупных и средних городах объединились в потребительские группы и закупают экологически чистые продукты непосредственно у производителей сельскохозяйственной продукции.

Модель шеринг-экономики влияет на характер занятости, уровень и образ жизни домохозяйств с детьми. Поиск временных заработков, возможность выполнения работ и оказания услуг через Интернет, через те или иные сетевые сообщества — прекрасная возможность для мам, воспитывающих малолетних детей, не выходить раньше времени на работу на полный рабочий день. Современная цифровая экономика существенно расширяет эти возможности.

Таким образом, шеринг-экономика влияет на возможности занятости родителей и других членов домохозяйств с детьми, их потребительское поведение (приобретение товаров и услуг, участие в услугообмене), меняет характер проведения досуга и отдыха, расширяет возможности социального взаимодействия. Однако мы пока не можем дать количественные оценки включенности различных типов домохозяйств в шеринг-экономику, определить ее вклад в экономическое благополучие и бюджеты домохозяйств. Включенность домохозяйств в шеринг-экономику меняет не только потребительское поведение и вносит финансовый вклад в бюджет домохозяйства, но и влияет на затраты времени, образ жизни. Мы практически ничего не знаем о шеринг-экономике вне Web. По сути, можно говорить не только о «ненаблюдаемой экономике» применимо к домохозяйствам, но и целом скрытом в тени сегменте их социальной жизни.

Источники данных и методы наблюдения

Обзор проводимых исследований в сфере сбора данных о масштабах, параметрах, тенденциях и эффективности шеринг-экономики позволяет сказать, что для сбора данных о шеринг-экономике используются различные способы. Методы включают анализ данных веб-платформ, компаний экономики совместного потребления, операторов онлайн-платежей; масштабные опросы интернет-пользователей; локальные очные опросы пользователей шеринг-экономики (чаще всего 2000–3000 респондентов); экспертные опросы (формализованные и неформализованные); фокус-группы пользователей.

Проводимые исследования преследуют своей целью в основном получение оценки эффективности деятельности в сфере шеринга, емкости рынка. Как уже отмечалось, практически отсутствуют данные, позволяющие оценить роль шеринга в жизни домохозяйств. Проводимые исследования не ориентированы на типологические группы домохозяйств.

Локальные выборочные обследования зачастую вызывают сомнения в контексте репрезентативности данных: выборочная совокупность представляет собой лишь активных пользователей Интернета. Это не дает возможности получить представление о распространенности использования шеринг-моделей среди всего населения страны, региона. Представительность совокупности и, как следствие, репрезентативность полученных результатов в ряде случаев оставляют желать лучшего.

Для исследования российского сегмента шеринг-экономики достоверную информацию могли бы предоставить выборочные обследования Росстата. Большинство исследовательских групп, проводящих опросы на территории России, ограничивают выборочную совокупность 1500–3000 респондентами (ВЦИОМ, Фонд «Общественное мнение», Циркон и ряд других), что достаточно для получения выводов в общероссийском масштабе, однако не дает возможность делать оценки в контексте мнений отдельных социально-демографических групп населения. Маркетинговые исследования характеризуются масштабным подходом к формированию выборки, однако в связи с тем, что интересы емкости рынка играют здесь ведущую роль, выборочная совокупность представляет в основном жителей крупных городов с населением свыше 100 тыс. чел. (TNS) или, реже, 10 тыс. чел. (Исследовательский центр «Ромир»). Другие типы поселений оказываются вне обследований. В последние годы Федеральная служба государственной статистики расширяет круг и программы масштабных выборочных обследований по социально-демографическим вопросам, объем выборки этих обследований позволяет получить репрезентативные оценки не только по России в целом, но и в разрезе субъектов РФ.

Программы выборочных исследований, проводимых Росстатом, в настоящее время включают ряд вопросов, анализ ответов на которые позволяет в какой-то мере приблизиться к пониманию масштабов и причин вовлеченности различных типов домохозяйств

в шеринг-экономику. Программы обследований актуализируются с учетом динамично меняющейся социально-экономической ситуации, возникновения и распространения новых социальных явлений. Так, в программу Обследования рабочей силы внесены вопросы, позволяющие изучать масштабы вахтовой занятости, распространенность волонтерства среди различных групп населения; Обследование доходов населения собирает информацию о работе по найму не только у юридических, но и физических лиц, в различных домохозяйствах.

Программа Обследования рабочей силы позволяет охарактеризовать условия и характер занятости, оказание услуг для других лиц за плату, поиск работы с помощью Интернета, волонтерскую деятельность. Это обследование проводится Росстатом ежемесячно, по представительной выборке, охватывающей 70 тыс. чел. С 2014 г. в рамках Выборочного обследования рабочей силы выявляется доля лиц, работающих на основе трудового договора о выполнении работы на дому с использованием Интернета⁵.

Выборочное наблюдение использования суточного фонда времени населением проводится раз в 5 лет, выборочная совокупность составляет 10 тыс. домохозяйств⁶. Данное обследование позволяет получить представление о затратах времени на выполнение различной деятельности в основных сферах, в частности на трудовую деятельность, выполнение домашних обязанностей; уход за детьми и их воспитание.

Комплексное обследование условий жизни населения, проводимое с 2011 г. на совокупности 60 тыс. домохозяйств, позволяет, в частности, выявить потребности и характер использования домохозяйствами различных видов транспорта.

⁵ Данные Выборочного обследования рабочей силы. URL: http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/labour_force/. Дата обращения: 19.10.2019.

⁶ Данные Выборочного наблюдения использования суточного фонда времени населением. URL: https://gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/sut_fond/survey0/index.html. Дата обращения: 19.10.2019.

Выборочная совокупность Обследования доходов населения и участия в социальных программах составляет 60 тыс. домохозяйств с периодическим (1 раз в 5 лет) увеличением объема выборки до 160 тыс. домашних хозяйств⁷. В ходе данного обследования собирается информация о том, какую работу за деньги выполняли члены домохозяйств, на каких условиях они работали; была ли у них подработка и другие поступления в семейный бюджет.

Выборочное наблюдение качества и доступности услуг в сферах образования, здравоохранения и социального обслуживания, содействия занятости населения охватывает 48 тыс. домохозяйств и проводится 1 раз в 2 года. В программу исследования входят вопросы, позволяющие выявить, насколько часто поиск работы осуществляется россиянами с помощью объявлений в Интернете; распространенность оказания необходимой помощи респондентам близкими людьми либо кем-то еще, бесплатно или за плату, в том числе в случае болезни.

Выборочное обследование населения по вопросам использования информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей выявляет доступ россиян к Интернету, способы и цели его использования; частоту использования интернет-сайтов аукционов (для покупки и продажи товаров), включенность в профессиональные сети, поиск работы с помощью Интернета. Ежемесячно в ходе этого обследования проводится опрос членов примерно 30 тыс. домохозяйств старше 15 лет⁸.

Отражение в программах выборочных исследований актуальных вопросов современной экономической и социальной жизни россиян позволяет надеяться, что масштабы шеринг-экономики также станут объектом их анализа.

⁷ Данные Выборочного наблюдения доходов населения и участия в социальных программах. URL: https://gks.ru/free_doc/new_site/vndn-2019/index.html. Дата обращения: 19.10.2019.

⁸ Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей. URL: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/fed_nabl-croc/index.htm. Дата обращения: 14.10.2019.

Выводы

Оценка влияния развития шеринг-экономики на бюджеты российских домохозяйств только недавно привлекла внимание специалистов. В значительной части публикации о включении населения России в шеринг-экономику носят популярный характер и основываются на отдельных кейсах. И хотя рассмотрение эффекта шеринг-экономики увязывается с развитием современных технологий, не стоит упускать из виду необходимость учета традиционных форм экономики обмена, распространенность которых в российском обществе обусловлена как экономическими факторами (потребность в товарах и услугах, которые недоступны для домохозяйств с детьми на обычных рынках), так и социальными (общение и взаимодействие членов местной общины), культурологическими, в том числе экологическими, факторами.

Кроме того, анализ шеринг-экономики, ее последствий и эффективности производится в основном с позиции предложения услуг. Однако оценка эффекта вовлеченности в шеринг-экономику, влияния шеринг-экономики на уровень и качество жизни различных групп населения как потребителей практически не производилась.

Важной исследовательской задачей выступают исследование и оценка возможностей шеринг-экономики для развития личной экономической инициативы и экономической мобильности, повышения экономической устойчивости, а также улучшения экономического положения различных типов домохозяйств, в частности семей с детьми, инвалидов, малообеспеченных категорий граждан в России, развития модели социальной политики в стране. Масштабные выборочные исследования, проводимые Росстатом, позволили бы получить необходимую доказательную эмпирическую базу для проверки исследовательских гипотез. Корректировка программ обследований, проводимых Росстатом, даже без проведения отдельного специализированного обследования или увеличения выборочной совокупности позволила бы решить ряд важных исследовательских задач по оценке роли ше-

ринг-экономики в жизни российских домохозяйств, в частности домохозяйств с детьми:

- выявить типологические группы пользователей шеринг-экономики с учетом их социально-демографических характеристик, типов домохозяйств, роли экономики совместного потребления в бюджете домохозяйства;
- раскрыть специфику традиционных реципрокных моделей совместного потребления, связанных с устойчивыми формами внутрисемейной, родственной и соседско-дружеской взаимопомощи, дарообмена и услугуобмена и провести их сравнительный анализ с современными моделями шеринга;
- исследовать обмен услугами по присмотру за нетрудоспособными членами домохозяйств, за несовершеннолетними детьми, образовательными и социальными услугами, участие членов семейных групп в совместном решении бытовых и хозяйственных проблем и др., что позволяет экономить затраты времени и меняет структуру бюджетов финансов и времени различных домохозяйств, в первую очередь домохозяйств с детьми.

Библиографический список

1. Walsh B. 10 Ideas That Will Change the World. Today's Smart Choice: Don't Own. Share. Time. — Mar. 17, 2011. URL: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html (дата обращения: 15.12.2019).
2. Kindergeran A. Credit Suisse: By 2025, companies could rake in \$335 billion a year from people «sharing». — Nov. 17, 2015. URL: <https://www.businessinsider.com/credit-suisse-sharing-economy-revenue-335-billion-by-2025-2015-11> (дата обращения: 15.12.2019).
3. Botsman R., Rogers R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, HarperBusiness, 2010. ISBN 978-0-06-196354-4.
4. Nielsen. What next in tech? // The Nielsen Company. — 2017. URL: https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/apac/docs/reports/2017/nielsen_whats_next_in_tech_report.pdf (дата обращения: 15.12.2019).
5. Экономика совместного потребления в России 2018: модели, отрасли, тренды. РАЭК, 2019.
6. «С2С в российском Интернете», Avito, DataInsight, 2017 г.
7. Belk R. Why not share rather than own? // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. — 2007. — V. 611. — No. 1. — P. 126–140.

8. Botsman R. Sharing's not just for start-ups // Harvard business review. — 2014. — V. 92. — No. 9. — P. 23–25.
9. Schor J. Debating the sharing economy // Journal of Self-Governance & Management Economics. — 2016. — V. 4. — No. 3.
10. Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption // Journal of the Association for Information Science and Technology. — 2015.
11. Gansky L. The mesh: Why the future of business is sharing. — Penguin, 2010.
12. Grassmuck V.R. The Sharing Turn: Why we are generally nice and have a good chance to cooperate our way out of the mess we have gotten ourselves into, 2012.
13. Belk R. Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0 // Anthropologist. — 2014. — No. 18(1). — P. 7–23.
14. Botsman R., Rogers R. What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live, 2011.
15. Frenken K. et al. Smarter regulation for the sharing economy // The Guardian. — 2015. — V. 20.
16. Belk R. Why not share rather than own? // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. — 2007. — V. 611. — No. 1. — P. 126–140.
17. Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. Services marketing: Integrating customer focus across the firm, 2006.
18. Rinne A. 2015 — The year of the sharing economy for cities? // World Economic Forum, published at 21.01.2015. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2015/01/2015-the-year-of-the-sharing-economy-for-cities> (дата обращения: 15.12.2019).
19. OECD. Policies for the tourism sharing economy // OECD Tourism Trends and Policies 2016, Organisation for Economic Co-operation and Development. — Paris: OECD Publishing, 2016. — P. 89–120.
20. Parker G., Van Alstyne M., Jiang X. Platform ecosystems: How developers invert the firm. — MIT Initiative on the Digital Economy, 2016. URL: <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/Platform%20Ecosystems-%20How%20Developers%20Invert%20the%20Firm.pdf> (дата обращения: 15.12.2019).
21. Katsoni V. An investigation into the sharing economy phenomenon in the Greek tourism industry in the accommodation sector // Journal of Tourism and Regional Development. — 2017. — No. 7. — P. 25–35.
22. Tussyadiah I., Pesonen J. Drivers and Barriers of Peer-to Peer Accommodation Stay — An Exploratory Study with American and Finnish // Current Issues in Tourism. — 2016.
23. Демидов А.М. Глобальные тренды и российский потребитель. Gfk rus. 2017. URL: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2017/Gfk-Global-Russian-Trends-Sep_2017_Report.pdf (дата обращения: 15.12.2019).
24. Josang A., Ismail R., Boyd C. A survey of trust and reputation systems for online service provision // Decision support systems. — 2007. — 43(2). — P. 618–644.
25. Resnick P., Zeckhauser R. Trust among strangers in Internet transactions: empirical analysis of eBay's reputation system. Advances in Applied Microeconomics, 2002.
26. Bos M., Cuddy A., Doherty K. OPOWER: Increasing energy efficiency through normative influence (B), 2012.

27. Kindergan A. Credit Suisse: By 2025, companies could rake in \$335 billion a year from people «sharing». <https://www.businessinsider.com/credit-suisse-sharing-economy-revenue-335-billion-by-2025-2015-111> (дата обращения: 15.12.2019).
28. Calcagni F., Lipschutz R., Bontempi A. Myths of the Sharing Economy: drivers of and barriers to real sharing practices, 2017.
29. Шалаева А.А., Ребязина В.А., Смирнова М.М. Экономика совместного потребления как новая бизнес-модель // Инновации маркетинговых моделей российских компаний в эпоху диджитал-трансформации / под ред. О.У. Юлдашева. СПб.: СПбГЭУ, 2018. — С. 66–82.
30. Baojun J., Lin T. The Strategic and Economic Implications of Consumer-to-Consumer Product Sharing // Sharing Economy Making Supply Meet Demand. — 2019. — Rotman School of Management University of Toronto. — Toronto, Canada. P. 37–54.
31. Кузнецов А. Краудфандинг: актуальные вопросы регулирования // Деньги и кредит. 2017. — № 1.
32. Кацони В., Шерешева М.Ю. Экономика совместного потребления в индустрии гостеприимства и туризма. Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. 2019. — № 1. — С. 71–90.
33. Тищенко Н.А., Тищенко О.Э., Ребязина В.А., Слободчук Ю.А. Факторы потребительского поведения в сфере экономики совместного потребления в России на примере компании Airbnb // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. 2019. — № 2. — С. 43–64.
34. Nielsen. What next in tech? // The Nielsen Company. 2017. URL: https://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/apac/docs/reports/2017/nielsen_whats_next_in_tech_report.pdf (дата обращения: 15.12.2019).
35. Соловьева Е.О. Совместное потребление в современной экономике // Эффективное управление. Сб. материалов 4-й научно-практической конференции, посвященной памяти заслуженного профессора Московского университета М.И. Панова (27 октября 2017 г.). М.: Полиграф сервис, 2018. — С. 343–347.
36. Exploratory Study of consumer issues in peer-to-peer platform markets, VVA, Milieu, GfK, 2017.
37. Smith A. Shared, Collaborative and On Demand: The New Digital Economy, Pew Research, 2016.

List of References

1. Walsh B. 10 Ideas That Will Change the World. Today's Smart Choice: Don't Own. Share. Time. — Mar. 17, 2011. URL: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html (accessed: 15.12.2019).
2. Kindergan A. Credit Suisse: By 2025, companies could rake in \$335 billion a year from people «sharing». — Nov. 17, 2015. URL: <https://www.businessinsider.com/credit-suisse-sharing-economy-revenue-335-billion-by-2025-2015-11> (accessed: 15.12.2019).
3. Botsman R., Rogers R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, HarperBusiness, 2010. ISBN 978-0-06-196354-4.
4. Nielsen. What next in tech? // The Nielsen Company. — 2017. URL: https://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/apac/docs/reports/2017/nielsen_whats_next_in_tech_report.pdf (accessed: 15.12.2019).
5. Ekonomika sovместnogo potrebleniya v Rossii 2018: modeli, otrasli, trendy. RAEK, 2019.

6. «C2C v rossiiskom Internet», Avito, DataInsight, 2017 g.
7. Belk R. Why not share rather than own? // *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. — 2007. — V. 611. — No. 1. — P. 126–140.
8. Botsman R. Sharing's not just for start-ups // *Harvard business review*. — 2014. — V. 92. — No. 9. — P. 23–25.
9. Schor J. Debating the sharing economy // *Journal of Self-Governance & Management Economics*. — 2016. — V. 4. — No. 3.
10. Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption // *Journal of the Association for Information Science and Technology*. — 2015.
11. Gansky L. *The mesh: Why the future of business is sharing*. — Penguin, 2010.
12. Grassmuck V.R. *The Sharing Turn: Why we are generally nice and have a good chance to cooperate our way out of the mess we have gotten ourselves into*, 2012.
13. Belk R. Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0 // *Anthropologist*. — 2014. — No. 18(1). — P. 7–23.
14. Botsman R., Rogers R. *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*, 2011.
15. Frenken K. et al. Smarter regulation for the sharing economy // *The Guardian*. — 2015. — V. 20.
16. Belk R. Why not share rather than own? // *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. — 2007. — V. 611. — No. 1. — P. 126–140.
17. Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*, 2006.
18. Rinne A. 2015 — The year of the sharing economy for cities? // *World Economic Forum*, published at 21.01.2015. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2015/01/2015-the-year-of-the-sharing-economy-for-cities> (accessed: 15.12.2019).
19. OECD. *Policies for the tourism sharing economy* // *OECD Tourism Trends and Policies 2016, Organisation for Economic Co-operation and Development*. — Paris: OECD Publishing, 2016. — P. 89–120.
20. Parker G., Van Alstyne M., Jiang X. *Platform ecosystems: How developers invert the firm*. — MIT Initiative on the Digital Economy, 2016. URL: <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/Platform%20Ecosystems-%20How%20Developers%20Invert%20the%20Firm.pdf> (accessed: 15.12.2019).
21. Katsoni V. An investigation into the sharing economy phenomenon in the Greek tourism industry in the accommodation sector // *Journal of Tourism and Regional Development*. — 2017. — No. 7. — P. 25–35.
22. Tussyadiah I., Pesonen J. Drivers and Barriers of Peer-to Peer Accommodation Stay — An Exploratory Study with American and Finnish // *Current Issues in Tourism*. — 2016.
23. Demidov A.M. Global'nye trendy i rossiiskii potrebitel'. Gfk rus. 2017. URL: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2017/Gfk-Global-Russian-Trends-Sep_2017_Report.pdf (accessed: 15.12.2019).
24. Josang A., Ismail R., Boyd C. A survey of trust and reputation systems for online service provision // *Decision support systems*. — 2007. — 43(2). — P. 618–644.
25. Resnick P., Zeckhauser R. Trust among strangers in Internet transactions: empirical analysis of eBay's reputation system. *Advances in Applied Microeconomics*, 2002.

26. Bos M., Cuddy A., Doherty K. OPOWER: Increasing energy efficiency through normative influence (B), 2012.
27. Kindergarten A. Credit Suisse: By 2025, companies could rake in \$335 billion a year from people «sharing». <https://www.businessinsider.com/credit-suisse-sharing-economy-revenue-335-billion-by-2025-2015-11> (accessed: 15.12.2019).
28. Calcagni F., Lipschutz R., Bontempi A. Myths of the Sharing Economy: drivers of and barriers to real sharing practices, 2017.
29. Shalaeva A.A., Rebyazina V.A., Smirnova M.M. *Ekonomika sovместnogo potrebleniya kak novaya biznes-model' // Innovatsii marketingovykh modelei rossiiskikh kompanii v epokhu didzhital transformatsii / pod red. O.U. Yuldasheva. SPb.: SPbGEU, 2018. — S. 66–82.*
30. Baojun J., Lin T. The Strategic and Economic Implications of Consumer-to-Consumer Product Sharing // *Sharing Economy Making Supply Meet Demand.* — 2019. — Rotman School of Management University of Toronto. — Toronto, Canada. P. 37–54.
31. Kuznetsov A. Kraudfanding: aktual'nye voprosy regulirovaniya // *Den'gi i kredit.* 2017. — № 1.
32. Katsoni V., Sheresheva M.Yu. *Ekonomika sovместnogo potrebleniya v industrii gostepriimstva i turizma. Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 6. Ekonomika.* 2019. — № 1. — S. 71–90.
33. Tishchenko N.A., Tishchenko O.E., Rebyazina V.A., Slobodchuk Yu.A. *Faktory potrebitel'skogo povedeniya v sfere ekonomiki sovместnogo potrebleniya v Rossii na primere kompanii Airbnb // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 6. Ekonomika.* 2019. — № 2. — S. 43–64.
34. Nielsen. What next in tech? // The Nielsen Company. 2017. URL: https://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/apac/docs/reports/2017/nielsen_whats_next_in_tech_report.pdf (accessed: 15.12.2019).
35. Solov'eva E.O. *Sovместное потребление v sovremennoi ekonomike // Effektivnoe upravlenie. Sb. materialov 4-i nauchno-prakticheskoi konferentsii, posvyashchennoi pamyati zaslužennogo professora Moskovskogo universiteta M.I. Panova (27 oktyabrya 2017 g.). M.: Poligraf servis, 2018. S. 343–347.*
36. Exploratory Study of consumer issues in peer-to-peer platform markets, VVA, Milieu, GfK, 2017.
37. Smith A. Shared, Collaborative and On Demand: The New Digital Economy, Pew Research, 2016.

Контактная информация / Contact Information

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 119991, г. Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 46, 3-й учебный корпус, экономический факультет, кафедра народонаселения (к. 462–466) / Lomonosov Moscow State University, Department of Population, Faculty of Economics, 3rd Academic Building, Building 46, 1, Leninskie Gory, 119991, Moscow, The Russian Federation
 Кучмаева Оксана Викторовна / Oksana V. Kuchmaeva
 E-mail: kuchmaeva@yandex.ru