

К постановке задачи постулирования понятия «экономика совместного потребления»

К.В. Федосеев^{1,2}

¹Московский физико-технический институт (государственный университет)

²Некоммерческое партнерство “Центр инноваций и высоких технологий «КОНЦЕПТ»”

В середине 2000-х годов появлялись новые бизнес-структуры, вдохновленные социальными технологиями и общественной обеспокоенностью проблемой увеличения населения и одновременного уменьшения ресурсов. Идея, легшая в основу бизнес-структур, состоит в том, что, удовлетворяя свои личные интересы, мы истощаем общие ресурсы. Объем же этих ресурсов конечен и механизм конкуренции имеет лишь ограниченные возможности по регулированию возникающих в процессе конфликтов. Согласование процесса потребления ресурсов как совместного действия легло в основу большого числа сервисов и коммерчески конкурентных проектов.

Эффект исторически замечен и обоснован задолго до роста деловой активности в этой сфере экономики. Сам термин «совместное потребление» появился в еще 1978 году [1], но использовать его начали только в 2007 году [2]. Уже в 2010 году журнал «TIME Magazine» назвал совместное потребление одной из десяти идей, которые изменят мир [3].

Совместное потребление представляет из себя качественно новую систему субъект-субъектных отношений и в определенном смысле конкурирует со сложившейся системой взаимоотношений. Деятельность организаций, построивших свою деятельность вокруг модели субъект-субъектных отношений, вносит ряд противоречий в сложившуюся традицию взаимоотношений в бизнесе:

- Когда компания предоставляет сервис для совместного потребления пользователями товаров или услуг, т.е. выступает посредником между потребителями, которые друг друга не знают, – это уже не совместное потребление. Потребители платят за доступ к чужим товарам или услугам на определенный период времени. Несмотря на это, повсеместно используется именно термин «совместное потребление», даже когда по факту говорят о совместном доступе к товарам или услугам.
- Экономика совместного потребления создает привилегированный доступ к услугам для одних людей и лишает его других. Кроме того, она забирает большую часть рынка у обычных игроков.
- Экономика совместного потребления обособливается в новый тип экономики, наряду с традиционной, финансовой и креативной. На данный момент неясно, в каком отношении с ними она находится.

- В отличие от традиционной и финансовой экономики, которые основываются на эффективности и контроле, суть экономики совместного потребления состоит в доверии, экспериментах, исследованиях и сотрудничестве, что является более сложным для изучения.
- Государства испытывают проблемы с регулированием компаний, предоставляющих услуги в сфере совместного потребления.

Предметная область данной работы молодая, но в достаточной степени сложившаяся, и уже сейчас можно говорить, что область является понятийно сложной. Понятия в области все еще конкурируют между собой, что ведет к росту числа противоречий внутри нее. Приведем несколько примеров определений центральных для области понятий:

- Экономика совместного потребления – такая экономика, за основу которой взято использование технологий для получения товаров или услуг большим количеством людей за счет оптимизации ресурсов через их перераспределение. [4]
- Экономика совместного доступа – бизнес-модель, в рамках которой товары и услуги продаются на основе концепции доступа (займа на определенное время), а не владения. [5]

Для решения имеющихся и назревающих проблем в области необходима единая система понятий. Методы концептуального анализа и проектирования позволяют сделать это и устранить большинство проблем.

Задачей работы ставится концептуализация субъект-субъектных отношений, возникающих в экономике совместного потребления.

Литература

1. *Felson M., Spaeth J.L.* Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. – Am. Behav. Sci. – 1978. – № 21. – P. 614-624.
2. Collaborative Consumption by Ray Algar – Oxygen Consulting. – Oxygen-consulting.co.uk. – March 13, 2015.
3. 10 Ideas That Will Change The World. – Time. – March 17, 2011.
4. *Cohen B., Kietzmann J.* Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. – Organization & Environment. – 2014. – № 27 (3). – P. 279-296.
5. The Sharing Economy Isn't About Sharing at All. – Harvard Business Review. – July 11, 2015.
6. *Кучкаров З.А.* Методы концептуального анализа и синтеза в теоретическом исследовании и проектировании социально-экономических систем / Учебное пособие. В 2-х т. – Т. 1. Методология концептуального анализа и синтеза. Методология концептуального проектирования систем организационного управления. Организационное консультирование. 3-е издание, дополненное и исправленное. – М.: Концепт, 2008. – 264 с.