

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОСЛЕДСТВИЙ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Глухих П.Л., к.э.н., доцент,

Уральский государственный экономический университет,

г. Екатеринбург, Россия

Аннотация: Экономика совместного потребления активно развивается в России. Она видоизменяет экономические субъекты и их деятельность, в том числе за счет активного распространения интернет-платформ. Исследования не раскрывают последствия использования интернет-платформ. Обосновывается важность исследования возможностей и рисков распространения интернет-платформ для предпринимателей.

Ключевые слова: угрозы цифровизации, цифровые платформы, малый и средний бизнес, экономика совместного потребления

Актуальность исследования подтверждается одновременно несколькими фактами: предприниматели расширяют использование интернет-платформ; существует устойчивый общественный запрос потребителей и предпринимателей на удобство и снижение рисков использования интернет-платформ; происходит поиск органами власти дополнительных источников достижения задач российских национальных проектов, в том числе по развитию предпринимательства и росту доходов.

Непредсказуемость от расширения экономики совместного потребления повышается из-за нарастания множества трендов.

1. Стремительный рост рынков интернет-платформ, включающих принципы совместного потребления. Объем рынка экономики совместного потребления в России, по оценкам РАЭК, за 2018 год составлял около 511 млрд руб. По данным AMarkets ее объем в 2019 году составлял 770 млрд рублей [1].

По оценкам РАЭК з

а 2020 г. составил 1,07 трлн руб. или 1,0 % от ВВП. Прирост за год 39%.

Возможен более ощутимый вклад экономики совместного потребления, в том числе интернет-платформ в решение отдельных стратегических задач России.

2. Неочевидная угроза сокращения традиционных производств (новая форма перепроизводства), замещение их соответствующими интернет-платформами. Такой переход будет приводить к новой форме перепроизводства и безработицы.

3. Распространяются преимущества и возможности рынков интернет-платформ (гибкие возможности: для предпринимателей аутсорсинг многих бизнес-задач: платформы способны взять на себя решение вопросов маркетинга, хранения, логистики, доставки и др.; для потребителей: омниканальность – заказать товар онлайн, примерить его офлайн в магазине, а получить курьером и т.п), гибкие формы занятости для граждан).

4. Рост неформального сектора экономики России, сложности в отслеживании и уплате налоговых обязательств предпринимателей (последние годы в него входит больше 20% от общей численности занятых, в 2020 г. это свыше 14,1 млн человек); увеличивается налоговая нагрузка на добросовестных предпринимателей, происходит их уход в «тень», раскручивает спираль «теневизации» экономики», создается существенный риск для российской бюджетной системы; эксперты ВШЭ оценивали в конце 2020 года возможную численность самозанятых почти в пять раз больше официальной;

актуальность данной проблемы подтверждается регулярными попытками органов власти «обелить» предпринимателей.

5. Нарастание негативных эффектов функционирования интернет-платформ и запрос потребителей, предпринимателей и государства на регулирование их деятельности (пример Калифорнии показывает как принятый закон обязывает интернет-платформы выполнять социальную защиту самозанятых, реализующих свои товары и услуги через сервис, т.е. самозанятые приравниваются в определенных правах к работникам). Так , благодаря своему доминирующему положению сервис онлайн бронирования гостиниц и отелей «Booking.com» навязывал предпринимателям из сферы туризма невыгодные условия. После претензии ФАС платформа в 2021 г. была вынуждена отказаться от жесткой монополии цен. В результате гостиницы смогут гибко назначать цены, что способно повысить их прибыль. Диспропорция состоит в том, что поскольку спрос покупателей на интернет-платформе зависит от цены, то сервисы перекладывают свои расходы, связанные с покупателями на предпринимателей. В судах находятся

множество исков против сервисов (ДТП с их участием шеринговых электросамокатов, отказ от ответственности агрегаторов такси в случае ДТП и др.).

Указанные проблемы, изучаются зарубежными и российскими исследователями в следующих аспектах:

1. Концепция совместного потребления. Создателями концепции совместного потребления были американские исследователи Botsman R., Rogers R. [7]. Данная концепция получила бурный и в подавляющем большинстве сначала крайне позитивный отклик, который впоследствии активно критиковался и развивался. В качестве наиболее близких по значению терминов также принято использовать sharing economy, шеринг, иногда не совсем точно «долевая экономика», «экономика деления», «Gig-экономика», «сетевая экономика», «пиринговая экономика» (одноранговая экономика) и др.

2. Суть и возможности экономики совместного потребления. Современное понимание и содержание экономики совместного потребления раскрывается, например, Barnes S.J. и Mattsson J. [6]. Например, вовлечение в экономический оборот избыточных мощностей, и повышение производительности из-за конкуренции с традиционными производителями. Однако не раскрытым остается вопрос степени проявления экономики совместного потребления в России.

3. Мотивация людей участвовать в совместном потреблении (Lamberton C.P., Rose R.L. [10], Namari J., Sjöklint M., Ukkonen A. [9]). Данные исследования представляют большой интерес с точки зрения понимания причин распространения моделей совместного потребления. Так выявлена совместная иерархия мотив участия в экономике совместного потребления. Однако в данном научном поднаправлении не исследованными остаются особенности предпринимательского восприятия экономики совместного потребления и их мотивы распространения.

4. Исследование возможностей экономики совместного потребления в решении отдельных отраслевых проблем. Отдаленным направлением, но очень популярным, как у зарубежных, так и отечественных авторов являются попытки влияния экономики совместного потребления на отдельные отрасли национального хозяйства (например, Ozanne L.K., Ballantine P.W. [11]; Albinsson P.A., Perera B.Y. [5]; Чечулин П. [4]; Филатова Н.Г. [3]). В большей степени такие исследования затронули те отрасли, которые наиболее подвержены ее влиянию.

5. Экономика совместного потребления приводит к распространению среди населения и бизнеса интернет-платформ. Многие исследователи обнаружили тесную связь между интернет-платформами и экономикой совместного потребления. Например, Evans D.S. и Schmalensee R. [8] объясняют это взаимодействие взаимными выгодами по использованию ресурсов друг друга. По оценкам McKinsey, в США и Европе 20-30% всей рабочей силы, являются поставщиками услуг для платформ совместного потребления. Как следствие, сокращение предпринимателей с традиционными бизнес-моделями.

Существующие исследования не раскрывают какие возможности и риски влечет за собой активное распространение интернет-платформ для предпринимателей, в том числе начинающих и малых; как должно развиваться регулирование в данной сфере и другие. Научной проблемой является отсутствие достоверных научных знаний о масштабах, типах взаимодействия (определяемых моделями и паттернами поведения) и неоднозначных последствиях использования российскими предпринимателями интернет-платформ в своем бизнесе, активизированные экономикой совместного потребления и пандемией COVID-19, создающие большой вызов для отдельных предпринимателей и всей национальной экономики [2].

Таким образом, для предпринимателей существуют как преимущества от интернет-платформ (рост результативности), так и недостатки: цифровые угрозы (цифровой разрыв, цифровая монополия).

Важно активизировать исследования предпринимателей на рынках интернет-платформ с целью получить новые знания, позволяющие снизить непредсказуемость последствий перехода российских предпринимателей на интернет-платформы для самих субъектов и предпринимательской экосистемы.

Литература

1. Анатолий Марьин: Почему каршеринг и такси победят личный автомобиль URL: <https://snob.ru/entry/199255/> (дата обращения: 20.11.2023).

2. Глухих П.Л., Воронина Л.В., Сайфулин Э.Р. Перспективы и цифровые угрозы массового перехода микропредпринимателей на интернет-платформы // Экономическое возрождение России. 2022. № 3(73). С. 154-163.
DOI:10.37930/1990-9780-2022-3-73-154-163.

3. Филатова Н.Г. Возможности использования моделей экономики совместного потребления в управлении муниципальной собственностью // Экономика устойчивого развития. 2018. № 3 (35). С. 184-193.

4. Чечулин П. Экономическая модель "совместное потребление" в туризме XXI века // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: сборник статей по материалам 2-й международной студенческой научно-практической конференции. СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена. 2016. С. 412-415.

5. Albinsson P.A., Perera B.Y. Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of Consumer Behaviour*, 2012.11(4), 303–315.

6. Barnes S. J., Mattsson J. Understanding collaborative consumption: Test of a theoretical model. *Technological Forecasting and Social Change*. 2017. 118, 281-292.

7. Botsman R., Rogers R. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. HarperBusiness, 2010. 304 p.

8. Evans D.S., Schmalensee R.: *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*. Harvard Business Review Press, Boston. 2016. 272 p.

9. Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption // *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2016. 67(9). 2047-2059.

10. Lamberton C. P., Rose R. L. When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing*. 2012. 76(4), 109-125.

11. Ozanne L.K., Ballantine P.W. Sharing as a form of anticonsumption? An examination of toy library users. *Journal of Consumer Behaviour*, 2010. 9(6), 485–498.