

Использование принципов экономики совместного потребления в новых бизнес-моделях фирм

Научный руководитель – Смирнов Сергей Анатольевич

Сидоренко Анна Юрьевна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Экономический факультет,
Санкт-Петербург, Россия

E-mail: ayusidorenko@gmail.com

С развитием цифровой экономики происходит как трансформация старых бизнес-моделей, так и появление новых. Одной из масштабных тенденций в области новых бизнес-моделей является так называемая «экономика совместного потребления» (ЭСП), трансформирующая привычный характер потребления благ, а в перспективе, как считает ряд авторов, - существующую экономику и жизнь общества в целом.

Хотя принципы ЭСП как экономической модели не новы для общества, в начале 2000-х они легли в основу новых бизнес-моделей, которые выросли практически из ничего до пула глобальных предприятий, оцененных миллиардами долларов. ЭСП получила распространение на B2B-, B2C-, P2P-рынках [2] и на сегодняшний день затрагивает большинство сфер повседневной жизни, меняя методы транспортировки (Uber, BlaBlaCar, Делимобиль), условия жизни в путешествиях (Airbnb), способы развлечения (Netflix, Youtube), выполнения задач (TaskRabbit), финансирования (Kickstarter) и т.д.

Однако до сих пор в экономической теории нет как сформулированных принципов бизнес-модели ЭСП, так и определенной структуры, каркаса для ее описания и анализа, хотя очевидно отличие рассматриваемой модели от традиционных. Принципы ЭСП в свою очередь определяются предпосылками появления и развития данной бизнес-модели в современном мире. Таким образом, нам предстояло выявить предпосылки появления бизнес-модели ЭСП, а также ее принципы, чтобы на основе проведенного анализа и синтеза сконструировать подходящую структуру, учитывая особенности функционирования модели на B2B-, B2C-, P2P-рынках.

Итак, предпосылками развития и глобального распространения такой бизнес-модели, как ЭСП, являются:

- 1) Наличие Интернета, который способствует снижению транзакционных издержек подобного обмена. [5]
- 2) Открытость к обмену и доверие со стороны пользователей. [6]
- 3) Трансформация общества в более мобильное, не желающее обременять себя ответственностью. [6]
- 4) Урбанизация. [6]
- 5) Рост озабоченности экологическими проблемами в обществе.

Стоит отметить, что все перечисленные тенденции являются длительными, то есть стоит ожидать и дальнейшее развитие бизнес-модели ЭСП. Более того, представленные предпосылки, являясь результатом исследований других авторов, наталкивают нас на выведение принципов ЭСП.

Среди основополагающих принципов экономики совместного потребления как бизнес-модели могут быть названы:

- 1) Наличие Интернет-платформы как места встречи спроса и предложения;
- 2) Предоставление свободы от собственности;
- 3) Обеспечение применения недоиспользованных активов;
- 4) Соединение незнакомых людей и компаний в соответствии с их интересами и нуждами.

Выведенные принципы описывают ЭСП в общем смысле, являются синтезом понимания этого термина в научной среде и в некотором смысле отсеивают неправильные точки зрения на него, вызванные новизной исследуемого вопроса, многообразием видов и направлений существующих на практике фирм.

Необходимо отметить, что ЭСП как бизнес-модель действительно уникальна и за счет своих принципов несет особую ценность для фирмы, человека и общества: совокупность экономического, социального и экологического эффектов.

Тем не менее, как уже было сказано, до сих пор не разработана форма бизнес-модели ЭСП, хотя ряд авторов, таких как В. Cohen [4], Y.R. Choi [3], С. Richter [6] и др., предпринимал попытки ее описания. Однако в основном эти исследования узки, что не позволяет применить их результаты к ЭСП в целом, а также большинство результатов упомянутых исследований недостаточно наглядны, что усложняет их применение на практике.

Нами была поставлена задача разработки общей формы бизнес-модели ЭСП, разработка ее на базовом уровне, который затем может быть практически применен и настроен под нужды конкретной организации для создания уникальных характеристик и конкурентоспособных преимуществ.

Структура бизнес-модели ЭСП разработана на основе модели CANVAS, предложенной А. Остервальдером [1], являющейся на сегодняшний день наиболее полной и широко распространенной на практике.

На рис. 1 представлена общая форма бизнес-модели, заключающая в себе выведенные принципы ЭСП, а также эффекты-ценности. Все поля, в том числе незаполненные, могут быть дополнены на этапе создания конкретной бизнес-модели для конкретной фирмы.

Заметим, что модель модифицируется в зависимости от рынка, на котором функционирует. Для рынка В2С форма максимально приближена к традиционной, хотя обладает особенностями, присущими ЭСП (рис. 2). Затем форма транслируется на В2В- и Р2Р-рынок (рис. 3). Для последних двух рынков модель может быть объединена в одну, поскольку на данных рынках появляется возможность смены ролей между пользователями, несущими в себе как спрос, так и предложение, что кардинально меняет саму форму бизнес-модели.

Проведенное исследование представляет как теоретическую, так и практическую ценность. Используя разработанную структуру бизнес-модели, предприниматели, желающие внедрить ЭСП в существующий бизнес или создать новый, основываясь на ее принципах, будут иметь возможность учесть все неотъемлемые аспекты, характерные для ЭСП, а также принять во внимание основные элементы, присутствующие в любой бизнес-модели. Более того, применение предложенной формы бизнес-модели позволит расширить возможности изучения и анализа бизнес-моделей ЭСП.

Источники и литература

- 1) Остервальдер А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. М., 2012.
- 2) Botsman, R. The Sharing Economy Lacks A Shared Definition // Fast Company. 2013. URL: <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>.

- 3) Choi, Y. R. Cho, M. J. Lee, K. Hong, S. G. Woo, Ch. R. The Business Model for the Sharing Economy between SMEs // WSEAS Transactions on Business and Economics. 2014. Vol. 11. P. 625-634.
- 4) Cohen, B. Kietzmann, J. Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy // Organization & Environment. 2014. Vol. 27(3). P. 279-296.
- 5) Henten, A. H. Windekilde, I. M. Transaction costs and the sharing economy // Emerald Insight INFO. 2016. Vol. 18 (1). P. 1-15.
- 6) Richter, C. Kraus, S. Brem, A. Durst, S. Giselbrecht, C. Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy // Creativity and Innovation Management. 2017. № 8. P. 300-310.

Иллюстрации

Ключевые партнеры	Ключевые виды деятельности Поддержание и развитие платформы	Ценностные предложения 3 вида (товар как услуга, перераспределение, совместное потребление как образ жизни) Дополнительные эффекты: - экономический (экономия времени и денег) - экологический (повторное использование) - социальный (новые знакомства, доверие)	Взаимоотношения с клиентами Автоматизированы либо опосредованы	Потребительские сегменты
	Ключевые ресурсы		Каналы сбыта Интернет	
Структура издержек - поддержание платформы - заработная плата персоналу -расходы на продвижение и рекламу			Потоки поступления дохода	

Рис. 1. Перенесение принципов экономики совместного потребления на структуру бизнес-модели CANVAS

Ключевые партнеры	Ключевые виды деятельности - поддержание и развитие платформы - поиск, покупка предметов/услуг для совместного потребления, дальнейшее их поддержание	Ценностные предложения 3 вида (товар как услуга, перераспределение, совместное потребление как образ жизни) Дополнительные эффекты: - экономический (экономия времени и денег) - экологический (повторное использование) - социальный (новые знакомства, доверие)	Взаимоотношения с потребителями Автоматизированы либо опосредованы	Потребительские сегменты Частные физические лица
	Ключевые ресурсы Принадлежат компании		Каналы сбыта Интернет	
Структура издержек - поддержание платформы - заработная плата персоналу -расходы на продвижение и рекламу - расходы, связанные с предметом обмена			Потоки поступления дохода - плата за аренду (почасовая либо поминутная) - подписка на контент на месяц или год	

Рис. 2. Структура бизнес-модели ЭСП для B2C-рынка

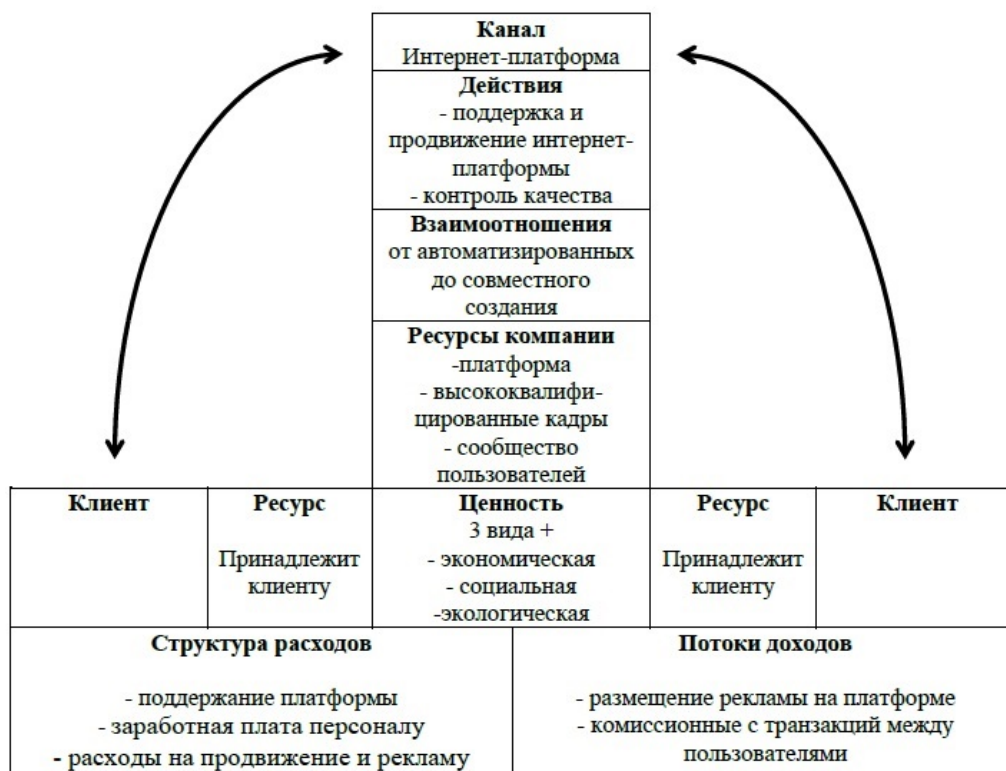


Рис. 3. Структура бизнес-модели ЭСП для B2B- и P2P-рынка