

дарству, объективно предполагает развитие государственно-частного партнерства путем реструктуризации акционерной собственности, что обеспечит повышение эффективности их функционирования.

*Т. Л. Майборода, канд. экон. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

## ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИК СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ОБЩЕГО ДОСТУПА

Экономика совместного потребления (*sharing economy*) как концепция нового направления экономического развития была сформулирована Р. Ботсман и Р. Роджерс, соавторами книги *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* в 2010 г. Совместное потребление подразумевает отказ от единоличного владения вещами в пользу временного разделения полезных свойств блага (аренды) с другими рыночными агентами на денежной основе (что подразумевает возможность коммерческого бизнеса как посредника или информационной площадки) или групповой взаимности. Новым в этой идее является переход от бартера и вторичного потребления (секонд-хенд) к общему доступу с использованием современных возможностей интернет-сайтов и социальных сетей.

Очевидно, что ряд сервисов и товаров лучше подпадают под идеи аренды P2P («от равного к равному»). Наиболее успешными оказались транспорт (машины, велосипеды, услуги извоза) и жилье. Не всегда выживают в долгосрочном периоде проекты, связанные с взаимным обменом одеждой, товарами долгосрочного пользования (строительные и ремонтные инструменты, объективы для фотоаппаратов), временные банки, помещения (хранение, паркинг), услуги (уборка, готовка, покупка продуктов).

Дж.М. Экхарт и Ф. Бардхи в журнале *Harvard Business Review* предлагают более четкие дефиниции. Экономикой совместного потребления можно называть только сервисы, построенные на персонализированном обмене, где главными являются общие ценности, разделяемые группой. Как только границы группы становятся размытыми, обмен анонимным, а сервис функционирует на рыночной основе — это уже не экономика обмена, а экономика общего доступа (*access economy*). Изучение опыта пользователей таких сервисов как Zipcar, Uber, Airbnb, показало, что большинство из них не чувствуют себя связанными взаимными обязательствами, не стремятся к установлению личных контактов с владельцами, воспринимают владельцев так же, как и обычный бизнес, надеются на платформу-посредник в случае возникновения конфликтов.

Старт-апы в сфере экономики общего доступа легко привлекают финансирование инвесторов в последние годы, так как специфика

самого бизнеса позволяет получить лояльных продавцов (за счет возможности дополнительного заработка) и пользователей (за счет дешевизны и удобства использования).

Такие компании могут экономить до 30 % бюджета на заработных платах, так как используют не традиционные договоры найма, а оформляют работников как независимых подрядчиков. А. Мехта, создатель сервиса Instacart, назвал это «управляемым краудсорсингом» (*managed crowdsourcing*), однако многие компании в США столкнулись с исками по неправильной классификации своих работников, особенно если для них проводятся обучающие тренинги, компания инвестирует в создание специфического капитала.

Развитие подобных схем найма может оказать негативное влияние на позиции работников на рынке труда, так как они лишены традиционных бонусов и защиты (оплаты больничных, переработанных часов и т.п.), а требования в рамках рейтинговой системы очень жесткие. В свете большого количества подобных дел в судах обсуждается необходимость введения новой категории — «зависимый подрядчик» (*dependent contractor*), которая позволит наслаждаться работнику рядом привилегий (например, соблюдения рамок минимальной оплаты), но оставит гибкость занятости.

Кроме того, некоторые сервисы традиционно являются лицензируемыми видами деятельности с высокими стандартами безопасности (например, такси), что ставит под угрозу возможность легального существования бизнеса, игнорирующего эти требования.

*А. Ш. Маргарян, канд. экон. наук, доцент  
АГЭУ (Ереван, Армения)*

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ИННОВАЦИОННОЙ И ЭКСПОРТНОЙ АКТИВНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

В условиях глобализации рынков одним из существенных факторов модернизации национальной экономики и повышения ее конкурентоспособности является генерация и повсеместное применение новейших технологий. Каждая производственная единица, каждое предприятие, каждый экономический агент страны может претендовать на существенную долю добавленной стоимости на рынке, если будет занимать соответствующую позицию в области создания и диффузии инноваций. Это особенно касается тех стран, которые имеют очень маленький внутренний рынок и нацелены на производство и экспорт высокотехнологичных продуктов.

В экономической литературе идет оживленная дискуссия насчет взаимовлияния инновационной и внешнеэкономической деятельнос-