

# ИКОНОМИКА НА СПОДЕЛЯНЕТО: МИТ ИЛИ РЕАЛНОСТ

МАЯ ИВАНОВА

В последните години често се говори за т. нар. „икономика на споделянето“. Тя навлезе в доста аспекти от всекидневния ни живот, благодарение на бързото развитие на технологиите и социалните медии. Ebay, iTunes, Napster, BitTorrent, свободният обмен на софтуерни продукти и файлове са само няколко примера за платформи, чрез които хората се свързват помежду си и използват възможността да си разменят стоки и услуги<sup>1</sup>. В същата група можем да причислим блоговете и форумите, където обект на размяна и споделяне са идеи, рецепти, съвети, преживян опит. Разгледана в по-общ план икономиката на споделянето произтича от социалната потребност на хората да споделят своя опит с останалите и така да се почувстват като част от общност<sup>2</sup>, и не на последно място – да спестят разходи – където и когато е възможно.

## КАКВО е Икономика на споделянето?

За да дефинираме по-прецизно понятието „икономика на споделянето“, преди всичко трябва да започнем със самия акт на споделяне. Той е некомерсиален процес, символизира човешки и религиозни намерения за пропорционално преразпределяне на богатата/стоките/активите. Споделянето е процес на предоставяне на наши притежания за ползване от други, както и самите ние да се възползваме от чужди активи и продукти. Но за да бъде наречен един процес „икономически“, необходимият елемент е паричният поток. За

разлика от чистото споделяне, при икономиката на споделянето имаме нарочна координация между хората, за да разпределят или ползват съответните ресурси за парично или друго възнаграждение. Ето защо, наред с термина „икономика на споделянето“ съществуват и други наименования, които обозначават същия процес – съвместно потребление, споделяне в общността, P2P и др. Според самата създателка на термина, Рейчъл Ботсман, споделяната икономика е „Икономическа система, базирана на споделяне на неизползвани активи или услуги, за безплатна или заплатена употреба, от други хора.“<sup>3</sup>, което потвърждава включването на икономически/финансов компонент. Тя също така е автор и на част от другите термини (съвместно потребление, collaborative consumption, collaborative economy, reputation management), чрез които представя еволюционния път на първоначалната идея за икономика на споделянето. В собствения си сайт, блог, книга и много бройните си участия в семинари, тя лансира идеята за начало на нов вид икономически отношения в съвременното общество, които ще са базирани много повече на доверие и репутация, отколкото на остарелите вече финансови инструменти и потребителски консюмеризъм. Друг поглед върху същността на икономиката на споделянето е с акцент върху по-ефикасното оползотворяване на ресурсите с цел намаляване на излишното потребление, което се хвърля или остава като излишък. В този смисъл споделянето се възприема като форма на увеличена ефективност на потреблението и носи дългосрочни ползи на обществото в икономически, социален и екологичен аспект<sup>4</sup>. Икономиката на споделянето в най-общ план представлява мрежи от хора, които си сътрудничат, за да използват по-ефективно недобре използвани ресурси, като по този начин „заобикалят“ традиционните институции.

## КАК оперира икономиката на споделянето?

Основният елемент на икономиката на споделянето е интернет платформата, предоставена от трета страна, в която се формира социална общност. Извършват се трансакции според правилата на тази общност, благодарение на дигиталните технологии и при взаимното съгласие за сътрудничество. Доверието между тях се основава на черти от социалните медии, които са внедрени в тези платформи, но не се извършва регулация или контрол от външна страна. Необходимо е да се набере критична маса от потребители, за да може платформата да се превърне от клубна общност в работещ бизнес модел<sup>5</sup>. Именно това е и разликата от обикновените групи по интереси, където обмяната приключва на ниво идеи и опит, и няма финансов елемент. Тук основният финансов бенефициент се явява третата страна, или собственика на платформата, защото получава приходи под формата на фиксирани такси или процент от извършените трансакции. За самите участници в споделянето допълнителната стойност се възприема от споделяните продукти/услуги, както и от възможността да общуват и да се свързват един с друг по лесен начин.

## ЗАЩО съществува икономиката на споделянето?

Съществуват няколко движещи сили, които пораждат и подкрепят икономиката на споделянето:

На първо място това е цената, или паричното измерение. Търсенето на все по-евтини продукти, ниско тарифни доставчици, преживявания вместо материални облаги – това са само част от характеристиките на т. нар. ново поколение Millennials (деца на хилядолетието). Независимо дали този подход е резултат от финансовата криза от 2008г, или част от ценностите на новите потребители, факт е, че ниско тарифните продукти са все по-популярни и търсени.

Следваща причина е потребността от по-дълбоки и разнообразни преживявания, благодарение на споделянето им с други хора<sup>6</sup>. Концепцията за потребление на преживявания<sup>7</sup>, а не на материални продукти, е осъществена, благодарение на социалните медии, които промотират различните култури, окуражават потапянето в местната атмосфера и комуникацията с повече и по-разнообразни хора.

Не на последно място – увеличената грижа за околната среда<sup>8</sup>. Икономиката на споделянето се цитира като част от движението за по-устойчиво глобално развитие, намаление на излишъците, по-ефективно използване на ресурсите, концентрация върху обществено полезни ценности, отколкото върху индивидуални ползи.

## В КОИ СЕКТОРИ е най-често срещана икономиката на споделянето?

В по-широка перспектива икономиката на споделянето вече е навлязла в много сектори, особено онези, които активно се възползват от възможностите на високите технологии и интернет, както и където могат да се запълнят и използват неусвоени капацитети и ресурси. Като едни от първите примери за икономика на споделянето са размяната на бебешки дрехи, играчки и аксесоари (Swapbabygoods.com), модни и официални облекла (Renttherunway.com), наем на домакински уреди и машини (Getable.com), споделяне на дигитални файлове с музика, филми (Zamunda.org, BitTorrent.com), книги (Chegg.com, Chitanka.com), фотографии (Flickr.com), софтуерни програми (4shared.com). Сферата на услугите е особено благоприятна почва за развитие на икономиката на споделянето, поради личната ангажираност и участие на споделящите. Сред най-често споделяните услуги са: помощ в домакинството като гледане на деца, почистване или поправка на електродомакински уреди

(TaskRabbit.com), разхождане и грижа за домашни любимци (DogVacay.com), образование и придобиване на специфични умения (Coursera.com, Ucha.se, KhanAcademy.com), наем на работно пространство (Beehive.com), набиране на средства (Kickstarter.com). Туристическата индустрия със своите подсектори (настаняване, наем на автомобили, екскурзоводски услуги, ресторантърско обслужване и изхранване) е сред най-популярните и силни сфери на изява на икономиката на споделянето. AirBnB.com (предлагачи легла, стаи или жилища за ползване) към декември 2015г надвишава обема на приходите на едни от най-големите играчи в сектора – ChoiceHotels и TripAdvisor. Споделянето на пътуване също се оказва сред най-устойчивите постижения на икономиката на споделянето (BlaBlaCar.com, RideSharing.com, Uber.com), както и предоставянето на свободни автомобили срещу членска карта (ZipCar.com). Местните жители, които могат да бъдат ваши екскурзоводи и да предложат нетрадиционни туристически обиколки могат да бъдат намерени в Vayable.com и Viator.com. А типична местна вечеря или просто похапване с непознати са възможни чрез платформите Kitchensurfing.com, Cookening.com EatFeastly.com. Освен пълно потапяне в местната култура, комуникацията с нови хора, уникалните места, които се посещават, са основните печалби за туристите, ползващи горните платформи. Туристическите предприятия са с ограничен капацитет, което е допълнителна предпоставка за икономиката а споделянето, защото така тя се превръща в инструмент, чрез който да се увеличи заетостта им.

Основни въпроси и проблеми, свързани с икономиката на споделянето

- Наистина ли икономиката на споделянето се базира на „споделяне“?

Както стана дума при дефинирането ѝ, около икономиката на споделянето все още се водят дебати дали става дума за чисто нов тип индустрия и икономически отношения, или замаскирани дейности, които излизат с нов етикет с цел маркетинг и избягване на данъчно облагане и регулация<sup>9</sup>. Основните аргументи за последното твърдение произтичат от самото определение на процеса „споделяне“, където основно място заема актът на преразпределение на стоките и услуги, а не чистата печалба. Например Uber и AirBnB могат да бъдат възприемани като чисти услуги за наем, където елементът на споделяне на практика почти не съществува. В този смисъл те са поредният посредник между крайните клиенти и доставчиците на услуги – единственото, което различава AirBnB от сайтовете за ваканционни имоти всъщност е само етикетът „икономика на споделянето“. Допълнителната стойност, която „споделянето“ доставя на крайните клиенти (комуникация с местните, потапяне в специфична атмосфера, подсилване на преживяванията), все пак се оценява високо от хилядите потребители на споделени продукти. Ето защо, въпросът за различаването на „истинските“ продукти на икономиката на споделянето, и фалшивите, все още остава отворен. Едно от решенията му ще дойде след приключване на многобройните съдебни дела, касаещи правната страна на икономиката на споделянето<sup>10</sup>.

- Законова, данъчна регулация и контрол

Наред с дефинирането на споделените продукти като такива, възникват и много по-сериозни проблеми, свързани с данъчната им регистрация, регулация и контрол от страна на местните и национални институции. Често участниците в икономиката на споделянето пледират, че дейността им се основава само на безкористни цели и общуване само в рамките на общностите им, поради което не подлежат на такава

регулация. Но се оказва, че заедно с редовите потребители от тези общности са се внедрили и множество нови фирми, които целят само и единствено финансова печалба, а не просто да бъдат част от дадена група по интереси<sup>11</sup>. Поради тези причини в много държави са стартирани съдебни дела или процедури, които да легализират дейността на фирмите от икономиката на споделянето и да ги постави в равностойно положение с останалите „традиционни фирми“.

- Риск и сигурност при потреблението на споделени продукти/услуги

Личната сигурност или качеството на услугите при сайтовете на споделяне се гарантира от правилата на общността – ако някой от членовете ѝ не се отнесе коректно, или наруши личните права, той следва да бъде докладван чрез формата за обратна връзка и изключен от общността. Все пак, поради липсата на официализиране на дейността, подобни прецеденти не подлежат на правно регулиране и рискът остава единствено за сметка

на ползвателите. Това е пореден въпрос, който би следвало да бъде решен с регулацията на икономиката на споделянето.

- Успешен ли е моделът на икономика на споделянето в дългосрочен план?

Най-обикновена проверка на посочените сайтове от 2014 година<sup>12</sup> показва, че повече от половината от тях вече не са действащи, или поне не на същия домейн. Този факт поражда въпроса – дали наистина икономиката на споделянето се очертава като стабилна тенденция и част от бизнеса, или е просто временно явление.

Реална или мит, в настоящия момент икономиката на споделянето е предмет на дискусии в много държави и сектори. Факт е, че хората, които я използват са хиляди и дори милиони. Затова тя заслужава нашето внимание и най-малкото да бъде проследена в развитието си.

### Литература:

<sup>1</sup> Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 62, 1585-1600.

<sup>2</sup> Molz, J.G. (2013). Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: the case of Couchsurfing.org. *Annals of Tourism Research*, 43, 210-230.

<sup>3</sup> Botsman, R.(n.d.). Thinking. Retrieved on 26 August 2015 from: <http://rachelbotsman.com/thinking/>

<sup>4</sup> Psarros, M., Rinne, A., Jordan, P. and Pastrats, P. (2014). *Sharing economy and the tourism and hospitality sector in Greece*. Hellenic Chamber of Hotels

<sup>5</sup> Stors, N. and Kagermeier, A. (2015) Share economy in Metropolitan tourism. The role of authenticity-seeking. In Anita Zátori (Ed.): *Metropolitan Tourism Experience Development: Diversions and Connectivity*. Conference Proceedings of the RSA-Tourism Research Network Workshop, Budapest, 28-30th January 2015.

<sup>6</sup> Molz, J.G. (2013)

<sup>7</sup> Pine, B. J. II., H. J. Gilmore (1999) *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Boston, MA: Harvard Business School Press

<sup>8</sup> Cohen, B. and Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279-296.

<sup>9</sup> Gaggioli, A. (2015, 19 August) *How the sharing economy influences hospitality*. Retrieved on 26 August 2015 from: <https://www.cloudbeds.com/articles/how-the-sharing-economy-influences-hospitality/>

<sup>10</sup> Coldwell, W. (2014, 08 July). *AirBnB's legal troubles: what are the issues?* The Guardian. Retrieved on 27 August 2015 from: <http://www.theguardian.com/travel/2014/jul/08/airbnb-legal-troubles-what-are-the-issues>

<sup>11</sup> Kallis, G. (2014). *AirBnB is a rental economy, not a sharing economy*. Retrieved on 26 August 2015 from: <http://www.thepressproject.net/article/68073/AirBnb-is-a-rental-economy-not-a-sharing-economy>

<sup>12</sup> Pizam, A. (2014) Peer-to-peer travel: Blessing or blight? *International Journal of Hospitality Management*, 38, 118-119.