

и возникновением новых проблем макроэкономической нестабильности, санкционных ограничений на внешнем рынке, нарушений логистических процессов, нехватки инвестиций.

Литература

1. Жарыкбасов, А.Т. Определение сущности промышленной политики / А.Т. Жарыкбасов // Известия Кыргызского государственного технического университета им. И. Раззакова. – 2017. – № 3 (43). – С.21-26.
2. Зубкова, Е.В. Оценка сбалансированности операционных и консолидированных финансовых показателей деятельности горно-металлургического холдинга / В.П. Самарина, Е.В. Зубкова, А.Н. Старосельцев // THEORIA: педагогика, экономика, право. – 2021. – № 4. – С. 108-113.
3. Калинин О.И. Деловая репутация как новое конкурентное преимущество российских металлургических предприятий на внешнем рынке / О.И. Калинин // Экономика в промышленности. – 2013. – № 1. – С. 17-22.
4. Металлоинвест: официальный сайт. – Москва. – 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.metalloinvest.com/> (дата обращения 12.10.2023).
5. Минаева, И.А., Газизов, В.Р. Формирование эффективной культуры безопасности как направление совершенствования системы охраны труда на предприятиях нефтегазовой отрасли / И.А. Минаева, В.Р. Газизов // Безопасность труда в промышленности. – 2018. – №8. – С.48-52.
6. Федеральный закон Российской Федерации от 31 декабря 2014 г. № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации». – Ст.3 // Гарант [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/70833138/5ac206a89ea76855804609cd950fcdf7/> (дата обращения: 01.10.2023).
7. Целютина, Т.В. Управление обучением в условиях HR DIGITAL и имплементации возможностей VUCA экономики // Современные тенденции управления и экономики в России и мире: цивилизационный аспект. – Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 2-х ч. – М.: Издательство: Институт мировых цивилизаций. – 2021. – С. 363-367.
8. Целютина, Т.В. Управленческое консультирование как ресурс поддержки организаций сферы высоких технологий в условиях региона / Т.В. Целютина, А.А Подвигайло, А.Г. Масловская // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – С. 1519.
9. Pitelis, C.N. Industrial Policy: Perspectives, Experience, Issues / P. Bianchi, S. Labory (eds.) // International Handbook on Industrial Policy. Cheltenham: Edward Elgar. – 2006. – Т. 2. – №4. – Pp. 97-126.
10. Tretyakova L.A., Vladika M.V., Tselyutina T.V., Vlasova T.A., Timokhina O.A. Profitable production as a socio-economic based on supply chain management with lean production // International Journal of Supply Chain Management. – 2020. – Т. 9. – № 4. – Pp. 1174-1181.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ШЕРИНГ-ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

М.М. Короп,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

***Аннотация.** Шеринг-экономика репрезентирует нереализованную социально-экономическую и экологическую ценность «недоиспользованных» активов, которые представляют множество возможностей для бизнеса вследствие её расширения на*

нематериальные ресурсы. Однако экономика совместного использования дестабилизировала традиционные экономические модели бизнеса, и, несмотря на бесспорные преимущества, а также некоторые сложности шеринг-экономики, нераскрытыми остаются вопросы, связанные с использованием персональных данных, государственным регулированием сделок, налоговыми выплатами и соблюдением авторских прав.

***Ключевые слова:** шеринг, экономика совместного использования, доверие, авторское право, цифровизация.*

Введение. Цифровизация экономических векторов в современных реалиях послужила катализатором для различных инноваций, связанных с функционированием и трансформацией механизмов и моделей в бизнесе [6, 7]. Список таких инноваций достаточно велик, поскольку сюда относится формирование и использование платформенной агрегации товаров и услуг в организации бизнеса от онлайн-площадок (Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет) до экосистем (X5 Retail Group, Сбер, МТС). Такая платформенная консолидация бизнеса становится новым звеном в цепи: компьютеризация – информатизация – цифровизация – платформизация модели бизнеса. Партнерство организаций, интегрируя потребительские базы данных, системы, аналитические отчеты о клиентах и организации деятельности государства формируют в цифровой экономике платформенные экосистемы. Также в список инноваций, связанных с цифровизацией экономических аспектов, следует внести модель экономики совместного потребления, или шеринг экономику. Такая модель развития современной экономики вовлекает в экономический оборот невостребованные, «спящие» активы производства и потребления.

Популярность шеринга обусловлена удобством использования, так люди осознанно отказываются от собственности в пользу коллективного потребления, что дает возможность использовать блага без дополнительной ответственности (налоги, страхование, сервисное обслуживание и сборы). Спрос на товары и услуги совместного пользования обеспечивает устойчивый рост рыночного сектора шеринга, а новые технико-технологические разработки увеличивают удобство и доступность использования.

Методы и организация исследования. В исследовании использовались статистические методы, а также методы научного анализа и синтеза, реализованные в рамках структурно-функционального и системного подходов к электронной коммерции. Также автор провел анализ и обобщение нормативно-правовых документов и научных статей.

Исследование основывается на концептуальных разработках экономиста Ф. Мэчлапа [1], заслуженного профессора В. Звасса, который акцентирует внимание именно на бизнес составляющей понятия электронной коммерции [2], С. Пуна, который актуализировал Интернет возможности для поддержки внешних (межорганизационных) и внутренних бизнес-функций [3], а также пионеров и экспертов в области электронной коммерции профессоров Р. Калакоты и Э. Винстона, которые дали четкое определение понятию электронной коммерции [4] и определили основные модели взаимодействия бизнеса с заказчиками (B2B, B2C) [5].

Шеринг-экономика дестабилизировала традиционные экономические модели. Booking и Airbnb бросил вызов отельному бизнесу, Яндекс.Go – предприятиям таксомоторных перевозок и курьерским службам, YouDo – ремонтным организациям. Теперь по этому направлению начали движение организации, представляющие традиционную экономику. Шеринг экспонирует преимущества в виде гибкости, независимости экономической рентабельности, экологичности и развития взаимодоверия. Однако на текущей ступени развития у шеринг экономики существуют и некоторые недостатки. Экономика шеринга несет определенные угрозы не только традиционному бизнесу, но и обществу. Используя сервисы, пользователь предоставляет значительный объем данных, в том числе персональных (адрес, серию и номер паспорта, данные карты), чтобы верифицировать себя, что подвергает риску кибератаки и их утечки.

Кроме того, большое значение приобретает доверие. Также возникают вопросы, связанные с мониторингом качества товаров, оказания услуг и ответственности в случае нарушения договора. Существуют различные способы для повышения доверия между пользователями: рейтинги пользователей, отзывы, репутация, ужесточение подтверждения личности или автоматическая страховка (онлайн-площадка Airbnb обязуется выплачивать ущерб в случае повреждения собственности).

Существенной проблемой, которую необходимо проанализировать, является отношение государства к политике шеринг-экономики. Существует три основных направления в этом вопросе: государственное регулирование сделок, налоговые выплаты и соблюдение авторских прав. Относительно регламентации сделок важно соблюдать баланс между регулированием шеринг-экономики и стимулированием ее развития. Так, в 2019 году государство и акционеры «Яндекса» согласовали новую схему управления, в которой госфонд имеет возможности по управлению компанией. Помимо контроля и согласования российских членов совета директоров и гендиректора фонд будет координировать ситуацию с акциями «Яндекса» для того, чтобы никто не смог обладать 10% и более. Такое решение было принято для того, чтобы предупредить влияние иностранного участия, так как 85% акций торгуются на американской бирже NASDAQ. Интерес государства в этом случае вполне оправдан, так как в силу национальных особенностей в России интернет-компании трансформируются в часть «государственной машины» и представляют интересы страны. Относительно других стран можно утверждать, что не все относятся позитивно к нарастанию шеринг-экономики. Так, в некоторых городах Германии и Испании запрещена кратковременная аренда жилых помещений для того, чтобы вернуть туристический доход в госбюджет. В какой-то мере это оправданный шаг, так как в шеринг-экономике нет никаких гарантий и сертификаций, в то время как сетевые отели подлежат обязательной сертификации. Во Франции был ряд забастовок против компании Uber, так как устоявшийся рынок такси разрушается вследствие низких цен. Однако есть и страны, поддерживающие экономику совместного потребления. К их числу относится Китай, именно поэтому так развиты различные сервисы по аренде самых разнообразных предметов: зонтиков, мячей и даже мест для сна.

В отношении налогового регулирования основная задача, как и в трудовом регламентировании, состоит в определении сферы деятельности и области ответственности площадок и платформ, работающих в шеринг-зоне. Главным отличием является тот факт, что ключевыми ресурсами владеет не компания (работодатель), а частные лица, вследствие этого компании (онлайн-площадки и платформы) не имеют права и не несут ответственность по многим пунктам в традиционном понимании экономики. Так, Uber не владеет ни одной машиной, у Amazon нет физических магазинов, а Alibaba не ведет собственной торговли. Вместо классического найма штата сотрудников происходит привлечение экспертов для реализации конкретных проектов.

Соблюдение авторских прав через призму шеринг-экономики также представляется спорным моментом. В то время как совместное пользование одних предметов поощряется обществом, обеспечение беспрепятственного доступа к другим вещам относится к преступлениям. Например, правообладатели на книжное произведение в большинстве случаев не судятся с участниками буккросинга или букшеринга (обмен книгами), однако существует множество судебных разбирательств, где истцом являются обладатели прав на кинематографические работы, программы, музыку и т.д. Многие престижные университеты открывают бесплатные онлайн-курсы (Coursera, Открытое образование, Универсарийум) для повышения доступности качественного образования, при этом эксперты-консультанты, преподающие мастер-классы, не приветствуют коллективную оплату. Сдать в аренду планшет – это шеринг, однако если пользователь, который взял планшет, создаст какой-либо проект в установленной дорогой корпоративной коммерческой программе, то такой шеринг переквалифицируется в преступление. Раздача бесплатного wi-fi – благотворительная инициатива, но если люди, получившие доступ в Интернет, занимаются «пиратством», то все

вопросы будут решаться с владельцем роутера. Таким образом, цифровизация – это не «зеркало» традиционной реальности, где нормы авторского права функционируют в соответствии с оффлайн, такая диджитализация сформировала уникальные способы социального взаимодействия, совершенно новые направления генерации и распространения информации, экономическую модель, в которой существующие правовые нормы в большинстве случаев оказались не применимы. Научный сотрудник РАН Иван Каменев отмечает, что в экономике существуют конкурентные и неконкурентные блага. К конкурентным он относит всё то, чем обладает человек, то, что стало «моим», к неконкурентным – то, что потребляется повсеместно: воздух или общественная безопасность. Так, И. Каменев подчеркивает, что «цифровые блага в рамках цифровой экономики являются неконкурентными. Но вместо того, чтобы распределять их свободно, на них по старинке стали налагать права собственности. Это и создало внутренний конфликт» [8]. Этот факт способствует раскрытию неэффективности существующей системы авторского права и продемонстрирует непригодность традиционной интеллектуальной собственности. Профессиональные юристы предлагают множество способов для реформирования системы авторского права, например, выплата единоразового вознаграждения или более радикальный – закрытие института интеллектуальной собственности, так как он изжил себя. Но наиболее оригинальный подход предложил профессор права Гарвардского университета Лоуренс Лессиг, который создал некоммерческую организацию Creative Commons как пласт осмысленного копирайта. В таком случае сам автор решает, от каких прав он хочет отказаться (подход «некоторые права защищены» в противовес «все права защищены»). Тем не менее, в обозримом будущем радикальные изменения, касающиеся положений авторского права, скорее всего, не произойдут, а трансформация сущности авторского права будет очень медленной.

Заключение. Таким образом, шеринг-экономика репрезентирует нереализованную социально-экономическую и экологическую ценность «недоиспользованных» активов, которые представляют множество возможностей для бизнеса вследствие её расширения на нематериальные ресурсы. Экономика совместного использования B2B работает посредством раскрытия ценностей, накопленных в недостаточно используемых активах. С помощью шеринг-экономики предприятия среднего и малого бизнеса могут иметь доступ к получению или приобретению необходимых услуг и товаров. Происходит упрощение деятельности компаний, позволяющее работать быстрее и с меньшими затратами, из чего следует быстрая реакция на рыночные изменения менее дорогими и более эффективными способами. Шеринг-экономика в области B2B имеет решающее значение в таких отраслях, как строительство, сельское хозяйство и обрабатывающая промышленность, где есть значительные авансовые инвестиции в активы тяжелой техники. Кроме того, в секторе B2B посредством образования новых структур прибыли через свободные ресурсы и повышение конкурентоспособности за счет предотвращения дублирования инвестиций участвующих компаний будет обеспечиваться доверие и восполняться недостаток средств и возможностей предприятий. Следует отметить, что шеринг-экономика дестабилизировала традиционные экономические модели бизнеса, однако, несмотря на бесспорные преимущества и некоторые сложности шеринг-экономики, нераскрытыми остаются вопросы, связанные с использованием персональных данных, государственным регулированием сделок, налоговыми выплатами и соблюдением авторских прав.

Литература

1. Kalakota, R., Whinston, A. Electronic Commerce: A Manager's Guide / R. Kalakota, A. Whinston. – AddisonWesley/ – 1997. – 461 p.
2. Kalakota, R., Whinston, A. Frontiers of electronic commerce / R. Kalakota, A. Whinston. – Addison-Wesley/ – 1996. – 487 p.
3. Machlup, F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States / F. Machlup. – Princeton, Princeton Univ. Press, 1962. – 416 p.

4. Poon, S. Determinants of Small Business Internet Usage: A Multi-method Investigation of Perceived Benefits / S. Poon // 10th International Electronic Commerce Conference, Bled, Slovenia, Moderna Organizacija. – 1999. – Pp. 465–483.

5. Zwass, V. Electronic Commerce: Structures and Issues / V. Zwass // International Journal of Electronic Commerce. – 1996. – Vol. 1. – No. 1, Fall. – Pp. 3–23. URL: <https://www.dourish.com/classes/ics132w04/reading-zwass.pdf> (дата обращения: 13.10.2023).

6. Moiseev, V.V., Tselyutina, T.V., Avilova, Zh.N. Assessment of the human capital of the region in the conditions of transformation of economic processes / V.V. Moiseev, T.V. Tselyutina, Zh.N, Avilova // International Journal of Interdisciplinary Social Science Studies. 2019. – Т. 5. – № 2. – С. 61-70.

7. Герасименко, О.А., Тхориков, Б.А., Титова, И.Н. Геомаркетинговое моделирование – аналитический инструмент планирования бизнеса / О.А. Герасименко, Б.А. Тхориков, И.Н. Титова // Вестник Белгородского университета. Серия Экономика. Информатика. – 2020. – Т.47. – №4. – С. 710-717.

8. Сысоев, Т. Зачем платить за воздух: выживет ли авторское право в цифровой экономике // РБК [Электронный ресурс] URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/5f349a6f9a79471af142ff23> (дата обращения 17.10.2023).

РАЗВИТИЕ РЫНКА ФИТНЕС-УСЛУГ

С.А. Кучерявенко

*кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры управления и экономики фармации, НИУ «БелГУ»*

Б.Ю. Тищенко

аспирант кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития рынка фитнес-услуг, представлены результаты анализа статистической информации, опубликованной на официальном сайте Министерства спорта Российской Федерации и аналитического обзора рынка компанией *BusinessStat*. Развитие рынка фитнес-услуг обусловлено рядом факторов, затрагивающих как экономическую сторону жизни общества, в виде создания новых рабочих мест и увеличения объема рынка услуг, так и снижение нагрузки на систему здравоохранения и улучшение качества жизни населения в целом.

Ключевые слова: фитнес-индустрия, рынок фитнес-услуг, рынок спортивных услуг, маркетинг.

Методы и организация исследования. В качестве методов исследования выступили контент-анализ научных статей по проблематике исследования в российской научной электронной библиотеке *eLibrary.Ru*, публикации в сети Интернет, консалтинговых агентств, публикации Национального фитнес сообщества, маркетинговый анализ рынка фитнес-услуг, анализ статистической информации, опубликованной на официальном сайте Министерства спорта Российской Федерации и аналитический обзор рынка компанией *BusinessStat*.

Сегодня рынок фитнес-услуг является одним самых активно развивающихся рынков сферы услуг в России и в мире, его развитие имеет важное значение для гармоничного развития социума. Наиболее прогрессивными странами в этом направлении, задающими уровень сервиса и качество обслуживания, являются рынки США и наиболее развитых стран Европы такие как: Германия и Франция, именно в этих странах как правило зарождаются новые тренды в фитнес-индустрии, которые в последствии перенимают другие участники рынка. Проведенный анализ опыта стран Европы и США позволяет