

Замятина Александра Ивановна

Выпускник Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Россия, Санкт-Петербург

**ПЕРСПЕКТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ЭКОНОМИКИ СОВМЕСТНОГО
ПОТРЕБЛЕНИЯ: СТРАТЕГИИ ВНЕДРЕНИЯ В ИНДУСТРИЮ
ТУРИЗМА**

Аннотация

В статье анализируются действующие платформы экономики совместного потребления (ЭСП) для выявления механизмов циркуляции ресурсов с высоким индексом доверия участников, которые еще не внедрены в сферу туризма. На основе сопоставления данных по нетуристическим сферам и текущей ситуации в туризме разработаны рекомендации по созданию двух новых типов платформ — краудфандинговой поддержки путешественников и P2P-маркетплейса туристического снаряжения.

Ключевые слова: экономика совместного потребления, шеринг-экономика, туризм, платформа, доверие пользователей, трансформация рынка.

Abstract

The article analyzes the existing sharing economy (SE) platforms to identify resource circulation mechanisms with a high participant trust index that have not yet been integrated into the tourism sector. Based on a comparative analysis of data from non-tourism sectors and the current state of tourism, the author develops recommendations for creating two new types of platforms: a crowdfunding support system for travelers and a P2P marketplace for travel gear.

Keywords: sharing economy, tourism, platform, user trust, market transformation.

Введение

Экономика совместного потребления (sharing economy) трансформировала глобальный рынок, чей объем только в России к 2017 году достигал 230 млрд рублей. Как отмечает Р. Ботсман, эта модель переосмысливает само потребление, смещая акцент с владения ресурсом на доступ к нему. Сфера туризма является одним из главных бенефициаров ЭСП (примеры — Airbnb, BlaBlaCar), однако потенциал модели реализован не полностью. Многие эффективные механизмы перераспределения ресурсов успешно функционируют в других отраслях, но до сих пор не интегрированы в путешествия.

Цель исследования — выявить перспективные механизмы ЭСП из смежных сфер и разработать стратегию их адаптации для индустрии туризма.

Теоретический контекст и классификация

Под экономикой совместного потребления мы понимаем цифровую модель взаимодействия производителей и потребителей на онлайн-платформах для коллективного использования, бартера или временного пользования недоиспользованными ресурсами без перехода права собственности. Ключевыми характеристиками выступают зависимость от интернет-технологий, наличие репутационного капитала (доверия) и преобладание моделей P2P (равный-равному) и B2B.

Механизм ЭСП определяется тремя составляющими:

1. Сектор ресурса (товары, финансы, информация, транспорт, услуги).
2. Тип циркуляции (перераспределение, совместное использование, временное пользование).
3. Модель взаимодействия (P2P, B2B).

Анализ механик вне сферы туризма

Для выявления незанятых ниш был проведен анализ 35 успешных платформ ЭСП из различных отраслей (кроме туризма). Выборка формировалась на

основе индекса доверия, рассчитанного по отзывам владельцев ресурсов и потребителей в AppStore и GooglePlay (анализ последних 30 информативных отзывов для каждой группы).

Анализ показал высокую эффективность следующих комбинаций, которые пока слабо представлены в туризме:

1. Финансы + Перераспределение + P2P. Механизм прямого денежного финансирования между пользователями (краудфандинг).
2. Товары + Перераспределение + P2P. Прямая купля-продажа бывших в употреблении товаров между частными лицами.

В то же время в самом туризме доминируют две связки: «Недвижимость / Транспорт + Временное использование + P2P» (аренда жилья и авто) и «Транспорт / Информация + Совместное использование + P2P» (поиск попутчиков, обмен опытом).

Стратегии внедрения новых механизмов в туризм

1. Финансовое встраивание: Платформы целевого финансирования путешествий

Механизм «финансы, перераспределение, p2p» может быть адаптирован через создание специализированных краудфандинговых площадок для туристов. В отличие от универсальных сервисов (Kickstarter, Planeta.ru), нишевая платформа должна учитывать специфику отрасли

Концепция реализации:

Целевая аудитория: тревел-блогеры, социальные предприниматели, студенты, участники спортивных экспедиций.

Культурное встраивание: Переход от абстрактной благотворительности к прозрачному софинансированию конкретных впечатлений или проектов. Доноры получают нефинансовые бонусы (открытки из поездки, упоминание в блоге, совместный ужин).

Пример интеграции: Создание раздела «Социальный туризм» на базе существующих российских финтех-платформ или запуск отдельного сервиса для сбора средств на волонтерские поездки и стажировки за рубежом.

2. Циркуляция товаров: Геолокационный маркетплейс туристического снаряжения

Механизм «товары, перераспределение, p2p» решает проблему простаивающих активов. Специализированное туристическое оборудование (палатки, горные ботинки, навигационные системы, багаж) используется редко, но требует затрат на хранение.

Концепция реализации:

Бизнес-логика: Узкоспециализированная доска объявлений (аналог Avito или Юлы) исключительно для туристических товаров.

Встраивание в сети (главное преимущество): Обязательная интеграция геолокации. Это позволяет реализовать сценарий «передачи эстафеты». Путешественник, уезжающий из города А, оставляет снаряжение следующему пользователю, который прибывает в этот город. Приложение автоматически выстраивает цепочку передач по маршруту.

Экономический эффект: Снижение барьера входа в туризм для новичков (не нужно покупать дорогое снаряжение сразу) и монетизация неиспользуемых шкафов опытных путешественников.

Заключение

Внедрение механизмов финансового перераспределения и вторичного оборота товаров способно создать новые точки роста в российской индустрии гостеприимства. Предложенные модели минимизируют риски традиционных игроков, создавая дополнительную инфраструктуру вокруг основного туристического продукта. Дальнейшие исследования должны быть

направлены на расчет юнит-экономики предложенных платформ и оценку регуляторных барьеров в российском законодательстве.

Список литературы

1. Belk R. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online//Journal of Business Research.-2014.- №67.- P. 1595-1600
3. Hamari J. The Sharing economy: Why People Participate in Collaborate Consumption //Journal of Association for Information Science and Technology.- 2016.- №67(9).- P. 2047-2059.
4. Research for Tran Committee – Tourism and the Sharing Economy: Challenges and Opportunities for the EU. European Union, 2015.
5. Botsman R., Rogers R. What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: Harper Business, 2010

.