

ИКОНОМИКАТА НА СПОДЕЛЯНЕТО – ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПОТРЕБИТЕЛСКИ ПРАКТИКИ И ИЗМЕРВАНЕ

Доц. д-р Красимира Славева, k.slaveva@uni-svishtov.bg
Катедра „Статистика и приложна математика“
СА „Д. А. Ценов“

Гл. ас. д-р Ваня Ганева, v.ganeva@uni-svishtov.bg
Катедра „Социални и правни науки“
СА „Д. А. Ценов“

Резюме: Студията разглежда промените в икономиката, отразени в концепцията за икономиката на споделянето. В началото на 21 век, тя започва да се превръща във важна част от световната икономика и поставя редица предизвикателства пред действащите фирми и регулаторните органи. Развитието на икономиката на споделянето води до трансформиране на много сектори и до промени в начина, по който работят редица бизнеси. В потребителските модели внимание започва да се отдава на устойчивото (зеленото, моралното) потребление.

Целта на студията е да характеризира и изясни значението на икономиката на споделянето. Изследването се фокусира върху представянето на основните особености на споделяната икономика; изясняването на факторите, водещи до нейната поява; разглеждането на потребителските практики, които я отличават, както и начините за измерването и оценката ѝ.

Ключови думи: икономика на споделянето, цифрови платформи, дигитално доверие, устойчиво (зелено, морално) потребление, съвместно потребление

JEL: A14, Z13, C10

DOI: <https://doi.org/10.58861/tae.di.2024.1.01>

SHARING ECONOMY – CHARACTERISTICS, CONSUMER PRACTICES AND MEASUREMENT

Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, PhD, k.slaveva@uni-svishtov.bg
Department of Statistics and Applied Mathematics
D. A. Tsenov Academy of Economics

Head Assist. Prof. Vanya Ganeva, PhD, v.ganeva@uni-svishtov.bg
Department of Social Sciences and Law
D. A. Tsenov Academy of Economics

Abstract: This study examines the changes in the economy reflected in the sharing economy concept. Since the beginning of the 21st century, it has become an important part of the world economy posing a number of challenges to the operating companies and regulatory bodies. The development of the sharing economy has led to the transformation of many sectors and to some changes in the way a number of businesses

operate. In consumer models, attention is being paid to sustainable (green, moral) consumption.

The aim of the study is to characterize and clarify the importance of the sharing economy. The study focuses on: presenting the main characteristics of the sharing economy, clarifying the factors that underlie its emergence; examining the consumer practices that distinguish it, as well as the ways of measuring and assessing it.

Keywords: sharing economy, digital platforms, digital trust, sustainable (green, moral) consumption, collaborative consumption

JEL: A14, Z13, C10

DOI: <https://doi.org/10.58861/tae.di.2024.1.01>

ИКОНОМИКАТА НА СПОДЕЛЯНЕТО – ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПОТРЕБИТЕЛСКИ ПРАКТИКИ И ИЗМЕРВАНЕ¹

Доц. д-р Красимира Славева
Катедра „Статистика и приложна математика“
СА „Д. А. Ценов“

Гл. ас. д-р Ваня Ганева
Катедра „Социални и правни науки“
СА „Д. А. Ценов“

Въведение

В началото на 21 век се наблюдават промени в потребителското поведение, обусловени от нарастване на екологичните рискове и все по-голямото разпространение на информационните технологии и социалните мрежи. В потребителските модели внимание започва да се отдава на устойчивото (зеленото, моралното) потребление. От презадоволяването с вещи, част от които изобщо не се употребяват, има преориентация в някои потребители към пълноценно използване на ресурсите, с които разполагат, чрез споделянето им с други потребители. За описване на това явление в литературата се появява терминът „икономика на споделянето“. В контекста на посоченото, настоящата студия си поставя за цел да характеризира и изясни значението на икономиката на споделянето. Посочената цел се конкретизира в следните задачи: уточняване особеностите на икономиката на споделянето; основните фактори допринасящи за нейната поява; характерните за нея потребителски практики и начините за измерването ѝ.

Обществото и неговите сфери на дейност, основна сред които е икономиката, непрекъснато са подложени на изменения. Опитвайки се да опишат и характеризират промените, които настъпват в икономиката и в съвременното общество, социалните науки разработват различни модели. В този план, в началото на 21 век, тенденциите в икономиката се отразяват в концепциите за: социалната и солидарна икономика (social and solidarity economy), икономиката на сътрудничеството (collaborative economy), икономиката на споделянето (sharing economy), икономиката на съвместното потребление (collaborative consumption), икономиката на платформите (platform economy), икономиката на хоризонталните връзки (peer-to-peer economy, от ползвател към ползвател - P2P), съвместната икономика (joint economy), цифровата икономика (digital economy), мрежовата икономика (network economy), икономиката на доверието (the trust economy), кръгова икономика (circular economy) и др. Между тези термини има както общи неща, така и различия, всеки от тях подчертава определена особеност на съвременната икономика. Обект на разглеждане в настоящата студия е икономиката на споделянето. Последователно ще бъдат проследени нейните характеристики, фактори за поява, потребителски практики и измерване.

¹ Участието на авторите е както следва: доц. д-р К. Славева – параграф 4, гл. ас д-р В. Ганева – параграф 1, 2 и 3.

1. Характеристики на икономиката на споделянето

Най-общо икономиката на споделянето се свързва със социално-икономически отношения и практики за кратковременен достъп до частни ресурси, осигурен на базата на цифрови платформи (Pedroni, 2019). Взаимоизгодният обмен на вещи и услуги не е ново явление в обществото, но обикновено той се е осъществявал в рамките на тесния кръг от познати и роднини, а новите цифрови платформи дават възможност тази дейност да се разшири до непознати и пространствено отдалечени хора. Важно условие за възникване на икономиката на споделянето е наличието на актив, който не се използва пълноценно от притежателя му.

Потенциалът за съвместно потребление се подкрепя от технологични иновации, базирани на платформи за обмен, които използват ресурсите на потребителите и желанието им за сътрудничество (Laamanen, Barros & Islam, 2018). Посредством взаимодействия и споделяне, членовете на дадена общност могат колективно да удовлетворяват потребностите и да развиват уменията си. Макар принципите на споделянето да са проследими в различни социални практики и в предходни етапи на общественото развитие, появата на споделената икономика е възможна само на базата на съвременните цифрови платформи (Шаткин, Яковлев, 2020).

Икономиката на споделянето включва разнообразни дейности, свързани с обмена на стоки и услуги в световен мащаб. В нея се различават три основни вида участници (Доклад..., 2017):

- доставчици (частни лица, които предлагат безплатно или срещу заплащане активи, време, умения и др.);
- потребители на стоки и услуги;
- платформи за споделяне, улесняващи и свързващи търсенето и предлагането.

Икономиката на споделянето е основана на възможен достъп, а не на владение на активи, двете страни координират своите действия, за да достигнат взаимноизгодни цели. Тя предполага колективно използване на стоки и услуги, обмен и аренда и дава възможност за социална и екологична устойчивост. Икономиката на споделянето включва потребителски практики, свързани както със смяната на правата на собственост (безвъзмездно предаване на вещи), така и със съвместно потребление без смяна на собствеността. И в двата случая имаме налице доизползване на определени ресурси. Икономиката на споделянето предполага наличие на: ресурси за съвместно използване; търсене и предлагане на съвместно използване; интернет платформа, която се явява посредник в търсенето и предлагането; доверие между участниците в обмена, както и доверие към платформата посредник (Ниорадзе, 2022).

Според някои автори (Глухов, Глухова, 2019, също и Авдокушин, Кузнецова, 2019) основните области на икономиката на споделянето са:

- предоставянето на транспортно средство под аренда (Uber, BlaBlaCar);
- споделяне на помещения (жилища, офиси, складове), предоставяне на достъп до неизползвано пространство;
- наем на персонал за осъществяване на различна работа (Taskrabbit);
- споделяне на знания, пътувания, туризъм;
- съвместно финансиране на проекти;
- обмен и даряване на използвани вещи - дрехи, електроуреди и други;

- съвместно използване на автомобили и места за паркиране;
- обмен на битови и домашни услуги.

Мотивите за участие в споделяната икономика могат да са различни – както икономически (материална изгода), така и социални (оказване на помощ на другите, запознанство с нови хора). Нейните предимства се свързват със спестяване на разходи за поддръжка на жилища и оборудване, възможност на повече потребители да използват благата, икономисване на време за проверка на репутацията на участниците в обмена, тъй като тази функция изпълняват платформите. Например, компанията Airbnb не се занимава с даване на жилища под аренда, а осигурява достъп до проверени участници на пазара, за да могат търсещите потребители, на които може да се вярва, да намират и да се свързват с предлагащите жилища (собствениците) (Мангер, 2019).

Основните характеристики на споделяната икономика според нас са следните:

- ✓ Съвместно използване на ресурси и услуги възмездно или безвъзмездно - това дава възможност те да бъдат пълноценно употребявани. Това могат да са дрехи, инструменти, помещения, транспортни и битови услуги, експертни знания и др. Например, ако имаме велосипед в гаража, който отдавна не използваме, не е ли по-добре да го дадем на някой, който има нужда от него, да го ползва? В замяна той би могъл да ни послужи с някакъв инструмент, да ни предостави достъп до неизползвано пространство, да ни помогне с експертни знания и т.н. И всичко това да бъде съгласувано на дигитална платформа, която свързва хората имащи дадена потребност и тези, които разполагат с ресурси и желание да я удовлетворят.
- ✓ Взаимодействие между физически лица (потребител-потребител), хоризонтално взаимодействие по повод достъп до недоизползвани активи посредством цифрови платформи. Потребителите се включват във виртуални общности, които са групови формирания от хора и взаимоотношенията между тях във виртуалното пространство (Попова, 2012). Тези общности могат да бъдат източник на подкрепа, съпричастност, взаимопомощ, канал за получаване на информация, както и да предоставят възможност за съвместно използване на стоки и услуги. Интернет платформите улесняват изграждането на общности и тяхното бързо разрастване, хората могат лесно да се включват и изключват от виртуалните общности.
- ✓ Възможност да се спестят разходи - сред основните цели на споделяната икономика е намаляване на разходите. Например, ако някой пътува твърде често, за него е по-изгодно да се включи в мрежа, която му позволява да ползва временно чуждо жилище в друга държава като в замяна предостави своето докато отсъства. Ако водач взема пътници със себе си, това е за да се намалят разходите за пътуване. Възможно е обаче и човек да предостави своя автомобил на други хора срещу заплащане за временно ползване. От гледна точка на снижаване на издръжките, споделянето е най-рационалният избор, не само по отношение на икономическите, но и на екологичните разходи.
- ✓ Главното е не собствеността, а достъпът до нея - при модела на „класическата собственост“ индивидът придобива голям брой вещи, част от които използва едва няколко пъти или дори нито един път (Шаткин, Яковлев, 2020). Това прави тяхното присвояване неизгодно, предвид бързото им остаряване. Оттук се поражда ползата и необходимостта от

споделянето. Споделената икономика стъпва върху постановката, че е по-удобно и по-изгодно да се плати за временен достъп до ресурса, отколкото да се придобие право на собственост върху него. В нея има съвместно потребление, колективно използване на вещи и услуги, бартер и аренда на стоки (Головецкий, Гребеник, 2017).

- ✓ Увеличават се солидарността и сътрудничеството в обществото. Солидарно е всяко взаимодействие, при което едната от страните помага за достигане целите на другата – при взаимопомощ, кооперация и др. (Шабанова, 2017). Според Шабанова традиционните форми на социална солидарност се свързват с парични дарения, доброволен труд за хора извън семейството, даряване на дрехи, мебели, техника и други, а новите солидарни практики се проявяват преди всичко в етичните покупки и/или бойкоти. Солидарността се развива както на социално-икономическа основа, така и на неикономическа, свързана с гражданското общество. Новите технологии предоставят възможност за създаване на виртуални граждански общности, които могат да са ангажирани със събирането на парични и натурални дарения, с екологични каузи и др.

2. Фактори за развитието на споделената икономика

За появата и разпространението на икономиката на споделянето допринасят различни фактори, сред които с безспорно значение е развитието на съвременните информационно-комуникационни технологии, смартфони и мобилни устройства, появата на различни приложения, облачни услуги и изкуственият интелект. Онлайн услугите предоставят възможност на потребителите по-ефективно да използват ресурсите, с които разполагат и значително улесняват практиките на споделянето. В съвременното общество хората придобиват и информационна власт, доколкото самостоятелно могат да създават съдържание в мрежата и да го транслират до другите потребители чрез собствени уебсайтове и блогове (Шабанова, 2020). Новите технологии и онлайн плащания правят наемането на жилище, кола и оборудване много по-лесно.

Според Дж. Рифкин в световите на киберпространството, животът става все по-свързан в мрежи от взаимоотношения (Рифкин, 2001). Новите комуникационни технологии осигуряват лесен достъп до информация и културни модели на поведение, сътрудничество, творческо себеизразяване. В икономиката водещ капитал става времето, което всеки има на разположение, за да консумира преживявания. Пазарната размяна отстъпва на платения достъп, за хората е важно да участват и да имат достъп до повече мрежи и общности.

Икономиката на споделянето се базира на използването на Интернет-платформи, които обединяват потребители за предоставяне на различни услуги и стоки. Според В. Радаев платформите са нов способ за стопанска интеграция, свързани са с хибридни форми на обмен (Радаев, 2022). Той счита, че в резултат на навлизане на платформите има мащабна трансформация в много сфери на живота - видео-съдържанието на YouTube и Netflix заменят телевизията, социалните мрежи (Facebook) предлагат нови форми на комуникация, Uber предлага транспортни услуги, Airbnb успешно конкурира хотелските вериги, платформите за онлайн-образование (Coursera, EdX) конкурират университетите, доставчиците на видеоконферентни връзки (Zoom, Webinar) подтикват към освобождаване на офиси.

По своята същност платформите са цифрови инфраструктури, даващи възможност за взаимодействие между пространствено разделени потребители. Те са специфична форма на интеграция, различна от пазарите и мрежите, нов етап в организационната еволюция: капиталистическа фабрика – крупна корпорация – глобални производствени мрежи – платформи (Grabher, van Tuijl, 2020). Платформите свързват например притежаващите коли и хора, които имат нужда от превоз; собствениците и краткосрочните наематели на имоти; имащите свободни средства с нуждаещите се от кредит.

Платформите обикновено не притежават съответните активи, само помагат при свързването на собствениците и потребителите. Основен ресурс в платформения капитализъм са данните за поведението на хората (покупки, местоположения, интереси, съобщения, фотографии, заболявания и др.), които често са страничен продукт от търсенето и комуникацията на ползвателите на платформата (Радаев, 2022). Интернет платформите дават възможност за: съчетаване на пазарни и непазарни форми на обмен; съчетаване на това да си видим за другите и да ги виждаш; увеличаване интензивността на контактите между потребителите. Разбира се, освен позитивните аспекти са налице и негативни, свързани с това, че в мрежите има условия за нови форми на измама, усещане за безнаказаност за думи и действия. Платформите не трябва да пренебрегват и въпроса за защита на личните данни.

Друг фактор, който стимулира развитието на споделяната икономика е наличието на доверие към непознати хора. Проведени изследвания показват, че интернет технологиите водят до появата на феномен наречен дигитално (цифрово) доверие (Mazzella, Sundararajan, D'Espous & Möhlmann, 2016). В съвременното общество проблемът за доверието е особено актуален, тъй като все повече информацията се търси посредством Интернет, разплащанията се осъществяват чрез мобилни приложения, социалните мрежи подпомагат намирането на работа, във виртуалното пространство хората проследяват оценката за удовлетвореността от определени стоки и услуги (Веселов, Скворцов, 2021).

Според Р. Пътнам доверието е свързано със социалния капитал в обществото, с гражданското участие и ангажираност, със сдружаването между хората и възможността за създаване на хоризонтални връзки (Putnam, 1995). Ф. Фукуяма определя доверието като очакване за честно и съпричастно поведение на членовете на една общност един спрямо друг, основано на общосподеляни норми (Фукуяма, 1999).

Дигиталното доверие засяга комуникацията между хората и институциите, опосредстваната от цифровите технологии (Веселов, Скворцов, 2021). В социалните мрежи индивидите създават акаунти с информация за себе си, реагират на определени социални събития и по този начин дават възможност на другите да ги оценяват и да преценяват дали могат да им се доверят. Цифровото доверие се свързва с проблеми като киберзащита, цифрова идентичност, грижи за поверителността, за да могат хората да взаимодействат сигурно и безпроблемно във виртуалното пространство.

Доверието в рамките на споделяната икономика има връзка не само с комуникациите между хората, но и с предаването на данни между различни устройства, с развитието на Интернет на нещата (IoT), с фиксирането, с помощта на определени устройства на събитията в реално време. Механизмите за изграждане на доверие, както в хората, така и в дигиталните технологии, са ключови за икономиката на споделянето. Например, ползващите услугите на

Uber потребители, оценяват водача при пътуването, което спомага освен да се подобри обслужването и да се повиши доверието на другите пътуващи.

3. От свръхпотребление към съвместно използване – перспективата на споделената икономика

Моделите на потребление в дадено общество са повлияни от множество фактори - икономическата, политическата и културната среда, историческото развитие, традициите и др. Те изразяват не само отношението към стоките и услугите, но също и към другите хора, към социалните институции, към преобладаващите ценности.

За последните два века количеството на използваните от хората вещи многократно се увеличава, като едновременно с това сроковете за тяхната употреба се съкращават поради моралното остаряване и поевтиняването на масовото производство. Постепенно потреблението се превръща в основна област на обществения живот, в характеристика на обществото - то започва да се определя като потребителско общество, а някои автори го дефинират като консумативно общество (Банков, 2009). Потреблението придобива централно значение за икономиката и за социалните отношения, желанието за придобиване на все повече и по-нови вещи води до деформирана логика на потребление. Така някои жени се оказват със 100 чифта обувки, част от които никога не обуват, а мъжете с не по-малък брой вратовръзки.

Човешкият живот се опосредства от стоките, което поражда схващането, че измерител на качеството на живота е притежаването и употребата на стоки и услуги. Според Ж. Липовецки (2008) в края на 70-те години на 20 век е налице преход от потребителско общество към общество на хиперконсумирането. В него консуматорът е този, който е в центъра на икономическия ред, той е жаден не само за материално благоденствие, но и за емоционални изживявания.

В противовес на посочените тенденции, при част от хората в съвременното общество, потреблението придобива нови характеристики, свързани с това то да бъде устойчиво, зелено и етично (морално). Както посочва Ж. Липовецки (2008) принципът на отговорността вече не се вменява само на производителите, но и на потребителите. Те трябва да бъдат обучени и информирани как да консумират трайно, как да не разхищават, да осъзнаят негативните последици върху околната среда от начина си на живот.

Устойчивото потребление се обвързва с необходимостта от повторно използване, рециклиране, ремонтване на стоките и удължаване на техния живот, ограничаване до минимум на отпадъците, намаляване потребностите от суровини и грижа за природата. То дава възможност да се минимизира отрицателното въздействие върху околната среда и да се повиши качеството на живот за всички потребители от днешното и бъдещите поколения (Василева, Иванова, Типова и Стефанов, 2012). Устойчивото потребление предполага отговорни действия, които са от решаващо значение не само за настоящето, но и за бъдещето (Krastevich, Smokova, 2021). То е морално отговорно потребителско поведение към обществото, околната среда и бъдещите поколения.

Зеленото потребление акцентира върху пестенето на енергия, вода, рециклиране на отпадъците, информираност за въздействието на продукта върху околната среда, използване на енергоспестяващи уреди, разделно събиране на отпадъците, желание за закупуване на екологично чисти продукти. Според Е.

Костадинова (2016) зеленото потребителско поведение е част от устойчивото потребителско поведение и се свързва с:

- ✓ нагласи за опазване на околната среда;
- ✓ информираност относно екологичните проблеми;
- ✓ непокупателно зелено поведение (многократни торбички, разделни отпадъци, използване и даряване на употребявани вещи, поправка на вещите);
- ✓ покупателно зелено поведение – закупуване на биохрана, биокозметика, екологични почистващи препарати, продукти произведени по етичен и отговорен към природата и хората начин.

Етичното (моралното) потребление се изразява в бойкотиране на производства, които не са социално и екологично отговорни – например, използват детски труд в производствения процес, правят опити върху животни и др. То представлява покупка или отказ от покупка по морални, политически или екологични съображения (Коос, 2009). Изследвания извеждат следните фактори, влияещи върху моралното потребление: равнището на благосъстояние на обществото; предлагането на продукти, обект на морално потребление; равнището на образование и класовата принадлежност на потребителя; информираността на потребителя относно негативните последици върху околната среда и здравето на хората; моралните ценности на потребителя (Коос, 2009).

Според М. Шабанова (2023) характеризираните по-горе модели на поведение могат да се използват като синоними, тъй като имат общи особености, свързани с това, че при покупката не се изхожда само от съображения за лична изгода, но и от проекологични и просоциални нагласи, отчитат се условията на производство и последствията от използването на богатата върху благополучието на бъдещите поколения. Етичното (устойчиво, социално отговорно, морално, зелено) потребление включва: етични покупки, етични бойкоти, етично отношение към битовите отпадъци, доброволно намаляване на потреблението, отказ от еднократни вещи, отказ от опаковки, спестяване на вода и енергия и др.

Развитието на информационните и комуникационните технологии дава възможност устойчивото (морално, зелено) потребление да се реализира онлайн. Електронните устройства вече са елемент на ежедневиия живот, социалните отношения все повече са виртуални, онлайн покупките непрекъснато нарастват. Цифровите платформи стимулират ръста на потреблението на базата на бързия достъп до разнообразни стоки и услуги. Посредством различни приложения хората могат да удовлетворяват много потребности от стоки и услуги, а също така да споделят оценката си за тях в социалните мрежи. Все по-голяма част от членовете на обществото се замислят за екологичните и социални последици от употребата на определени стоки и услуги.

Потребителските практики в икономиката на споделянето са свързани с устойчивото (зелено, морално) потребление, тъй като при съвместното потребление като цяло се намалява количеството използвани вещи и това влияе благоприятно върху околната среда (изхвърлят се по-малко отпадъци). Връзка може да се търси и по линия на ценностите, тъй като съвместното потребление се базира на нагласите за съзнателно ограничаване на прекомерната покупка на стоки и услуги, на солидарността чрез потреблението, на моралните съображения за грижа за благо на другите.

Потребителските практики в споделяната икономика, според нас, намират проява в:

- потребление на основата на достъпа, без да се купува дадена вещ, със или без заплащане за временен достъп;
- обмен и потребление не само на вещи, но и на знания, умения, опит, време;
- самоорганизация на потребителите, обединяване в интернет-общности;
- досег на потребителите до широк набор от стоки и услуги, включително и до пространствено отдалечени;
- обмен на информация между голямо количество потребители, което улеснява избора им и ги предпазва от измами;
- потребление, основано не само на икономически мотиви, но и на просоциални и проекологични ценности и нагласи;
- взаимодействие потребител-потребител (най-често между хора, които не се познават лично), споделяне на опит и впечатления;
- обединяване на хората за съвместни пътувания (туристически, до работното място и т.н.) и за съвместни покупки (например на косачка, която ще се използва от двама потребители);
- подаряване и получаване на различни вещи (дрехи, мебели, електроуреди и др.), които да бъдат доизползвани;
- краткосрочно отдаване под наем на ресурси, които в момента не се използват (камери, палатки, лодки, инструменти и др.);
- онлайн комуникации в цифрови платформи, свързващи хората имащи дадена потребност и тези, които разполагат с ресурси и желание да я удовлетворят.

В основата на потребителското поведение в икономиката на споделянето, стоят както просоциални и проекологични мотиви, така и икономически. Първите са свързани с желанието за запознанство с нови хора, със стремеж за опазване на природата, оказване на помощ на други хора. Икономическите мотиви се отнасят до възможността за спестяване на разходи, за достъп до повече стоки и услуги.

В икономиката на споделянето се различава безвъзмездно потребление (получаване на вещи без заплащане, подаряване) и възмездно потребление (придобиване на ресурси срещу възнаграждение и друга компенсация, временен достъп на възмездна основа).

4. Измерване и оценка на икономиката на споделянето

Появата на икономиката на споделянето доведе не само до редица предизвикателства пред потребителите, действащите фирми и регулаторните органи, но и пред националните статистически органи за осигуряването на качествена и надеждна статистическа информация. На преден план излизат множество проблеми пред статистическите системи, които са свързани с прилаганите към момента дефиниции и класификации, ограниченията в прилагането на класическите методи за статистически изследвания, използваните методологии, нарастващите изисквания на потребителите на информация, като всичко това изисква висока степен на координация между различните институции, националните статистически органи, Евростат и други международни институции. Мониторингът на състоянието и тенденциите в развитието на икономиката на споделянето налага необходимостта от формирането на информационна база, която обаче трудно може да бъде осигурена на основата на традиционните начини за набиране на статистически

данни и в този случай трябва да се приложи система от съвременни форми за извличане на данни.

Редица автори изследват различни аспекти на развитието на икономиката на споделянето като за целта провеждат разнообразни теоретични и емпирични изследвания, в които анализират нейния обхват, факторните влияния, начините за набиране на данни, оценката на потенциала за развитие и т.н. Според Rojanakit, Oliveira и Dulleck, за да се определят факторите, влияещи върху развитието и ефективността на икономиката на споделянето, е необходимо прилагане на комплексен подход при разработването на концептуален модел за анализ и оценка, като по този начин ще бъдат разкрити редица разлики, породени от областта на изследването, използваните методи, обхванатите региони и др. (Rojanakit, de Oliveira, & Dulleck, 2022).

В свое изследване Netter, Pedersen, Lüdeke-Freund изтъкват, че през последните години са направени опити за концептуално очертаване на границите (контурите) на икономиката на споделянето. Те представят идеи за очертаване на нова рамка, която се различава от съществуващите дефиниции за анализиране на бизнес моделите на основата на споделянето (Netter, Pedersen, & Lüdeke-Freund, 2019).

Cheng, Fu, de Vreede изследват нагласите на китайските потребители на мобилни услуги към икономиката на споделянето, като обхващат връзката между качеството на услугата и лоялността, удовлетвореността, качеството на платформата, склонността им да използват споделени ресурси и др., като резултатите от него допринасят за теоретичното развитие на управлението на качеството на услугата и за оценка на потенциала за развитие на икономиката на споделянето в Китай (Cheng, Fu, & de Vreede, 2018).

Проследяването на географския обхват на повечето изследвания, посветени на икономиката на споделянето, показва, че те включват развитите страни - САЩ, Канада, страните от Западна Европа и др., докато има много по-малко изследвания за навлизането на този пазарен модел в по-слабо развитите страни и нововъзникващите пазари. Мащабно сравнително проучване провеждат Quattrone, Kusek, Capra, които разглеждат като примерен модел на икономика на споделянето Airbnb и изследват неговото навлизане и приемане в седем града в Азия – Банкок, Пекин, Хонг Конг, Шанхай, Сингапур, Тайпе и Токио и пет града в Латинска Америка – Белиз, Буенос Айрес, Мексико Сити, Рио де Жанейро, Сантяго, които сравняват със седем града от развитите западни страни - Берлин, Лондон, Мадрид, Мелбърн, Ню Йорк, Сан Франциско, Ванкувър (Quattrone, Kusek, & Capra, 2022). С това емпирично изследване те набират богата информационна база, включваща 3,3 милиона отзива за Airbnb за 220 хиляди различни обяви за наблюдаваните градове в Азия и Латинска Америка, спрямо 4,8 милиона отзива за Airbnb за 205 хиляди обяви за градовете от западните страни. На основата на генерираните информационни масиви за двете сравнявани съвкупности изчисляват следните показатели (Quattrone, Kusek, & Capra, 2022):

- „Проникване на Airbnb“, измерващ нарастването както на предлагането, така и на търсенето;
- „Възприемане на Airbnb“, измерващ удовлетвореността от услугата;
- „Гъстота на офертите“, чрез който се установява пространственото разпределение на включените в платформата имоти;
- „Плътност на търсенето“, оценен на база брой отзиви на гостите.

Степента на географско проникване се оценява на основата на получените показатели за гъстотата на офертите и плътността на търсенето. На основата на

извършения анализ Quattrone, Kusek, Capra обобщават, че има висока степен на сходство в прилаганите модели, а различията са по отношение на географското проникване и склонността за споделяне на преживяването в отзиви, но голямата им заслуга е, че предлагат методология, която позволява такъв тип изследвания да се провеждат и за други платформи за споделяне на ресурси. На базата на това и други изследвания за различни споделени ресурси се генерира значителна по мащаб и разнообразна по съдържание информация, на основата на която да се правят оценки не само за отделни аспекти на икономиката на споделянето, но и за обхвата ѝ като цяло.

Резултатите от изследването на GlobalData показват, че ключовите технологични тенденции, които оказват влияние върху развитието на икономиката на споделянето са социалните медии, изкуственият интелект, киберсигурността и блокчейн технологиите, като според 45% от анкетиранияте изкуственият интелект ще е изключително важен за подобряването на ефективността на бизнес операциите, свързани с анализ на данни за потребителите - възраст, местоположение, предишни търсения и история на сърфиране с цел подобряване на предлаганата услуга, подходящото таргетиране и персонализиране (GlobalData, 2024).

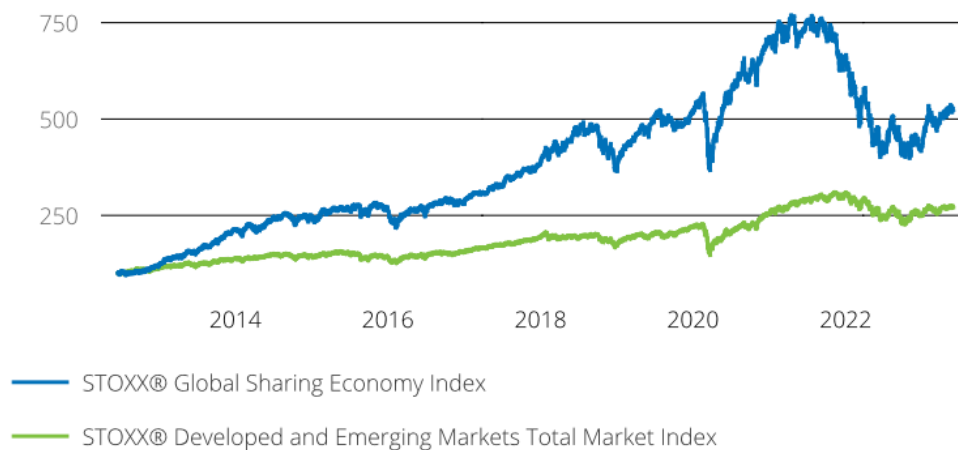
В Доклада на GITNУX за пазарните данни за икономиката на споделянето се посочва, че към момента функционират над 9829 компании в 133 държави; през последните 3 години 500 милиона души са споделили активи или услуги в САЩ, Китай, Германия, Франция, Обединеното кралство; основните потребители в платформите за споделяне са лицата под 30 г.; до 2025 г. обемът ѝ трябва да достигне 335 млрд. щатски долара, а за следващите години нарастването на приходите ще е изключително високо и ръстът им многократно ще надхвърля ръста на традиционните компании (Report, 2024). В аналитичната част на доклада се изтъква, че най-големите доставчици на споделени ресурси се превръщат в глобални компании и съществува риск те да се превърнат в монополисти, тъй като чрез онлайн платформите си привличат повече клиенти и доставчици, но от друга страна е налице процес и на увеличаване на стартиращите фирми. Според представените в доклада данни почти 72% от населението на САЩ са използвали споделена услуга, за страните от Азия процентът също е над 70%, докато за Европа е около 50%. Откроена е важна особеност на пазара в Китай – 73% са потребители, а 55% доставят стоки и услуги, като само на него на едно и също равнище участват всички възрастови групи.

По данни на PricewaterhouseCoopers през последните 15 години над 200 стартиращи компании развиват бизнес модели на основата на споделяне на ресурси и са привлекли инвестиции в размер на 11,5 милиарда щатски долара (PwC, 2024). В доклада си те посочват, че компаниите трябва да установят в каква степен използват своите активи и на тази основа да ги споделят в бъдеще, като този бизнес модел може да се разпространи и в енергетиката, телекомуникациите, продажбите на дребно и др.

Големите данни (Big Data) значително допринасят за растежа на икономиката на споделянето, тъй като техните алгоритми дават възможност за проследяване на търсене и предлагане, за управление на платформите за споделяне, за генериране на разнообразна информация и въз основа на нея да свържат потребителите и доставчиците съобразно техните нужди (Ayers, 2017). Посредством големите данни на пазара за споделяне на ресурси могат да навлизат нови компании, тъй като на базата на генерираната информация те опознават

нуждите на потребителите и могат да предоставят качествена услуга, а на основата на отзивите ще се анализира доверието в компанията и потенциалът за развитие и набиране на финансиране за стартиращите компании. От друга страна, Big Data се превръщат във важен източник на информация за икономиката на споделянето, тъй като в повечето случаи тя трудно попада в обхвата на официалната статистика на базата на традиционните източници на данни. Същевременно, актуален става въпросът за качеството на данните, но в случаите когато Big Data служат за набиране на статистически данни за явления или процеси, които не са обхванати от официалната статистика, те са приложими, защото се генерират бързо, извършват се минимални разходи, а се доставят значителни по обем данни, но трябва да се тълкуват внимателно и след задълбочен анализ.

Глобалният индекс на икономиката на споделянето (STOXX Global Sharing Economy Index) се формира на базата на информация за компании, които могат да се възползват от тенденцията на икономиката на споделянето, основана на придобиване, предоставяне или споделяне на достъп до стоки и услуги чрез различни платформи (INDEX, 2023). В конструкцията на индекса компаниите са класифицирани като „водачи“, когато имат значителна връзка с тенденцията в развитието на икономиката на споделянето и допринасят за нейния растеж и „фасилитатори“, които имат ключова роля за установяване и утвърждаване на модела на споделяната икономика, като по този начин в индекса участват компании със значителни експозиции за формирането на тенденцията в икономиката на споделянето (INDEX, 2023).

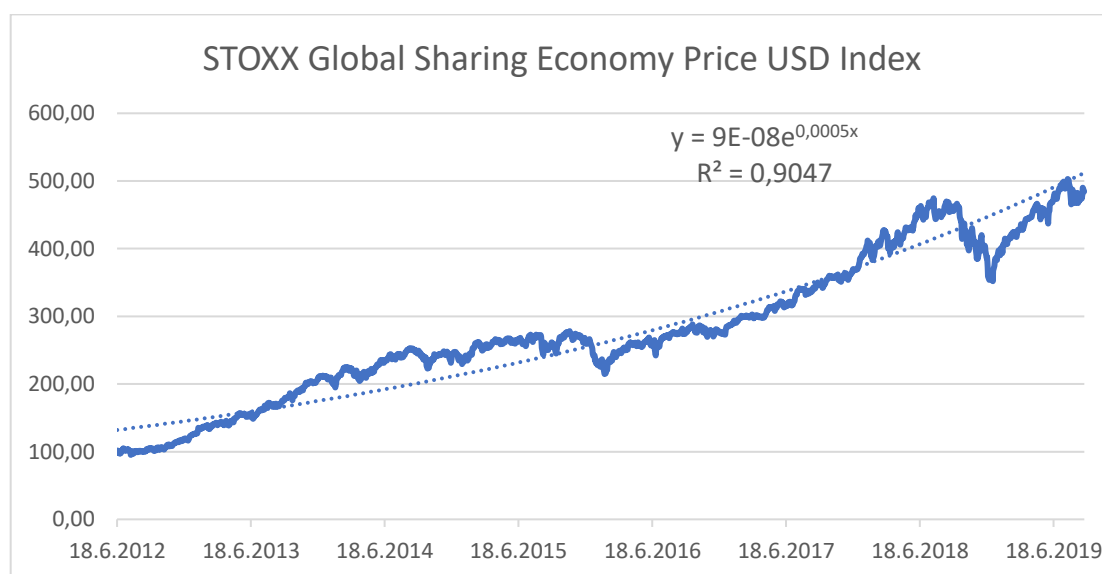


Фигура 1. Динамика на STOXX Global Sharing Economy Index и STOXX® Developed and Emerging Markets Total Market Index за периода 2014-2022 г. Източник: STOXX® GLOBAL SHARING ECONOMY INDEX Fundamentals (for last 12 months) (INDEX, 2023).

От представената на Фигура 1 динамика на Глобалния индекс на икономиката на споделянето и Общия пазарен индекс на развити и нововъзникващи пазари се вижда, че за целия период стойностите на Глобалния индекс на икономиката на споделянето са по-високи, като най-голямата е регистрирана за 2021 г. От тях ясно се вижда че темповете, с които се изменя

Глобалният индекс на икономиката на споделянето, са по-високи в сравнение с темповете на изменение на Общия пазарен индекс на развити и нововъзникващи пазари. Също така се установи, че диапазонът им на изменение значително се различава и той е много по-голям за Глобалния индекс на икономиката на споделянето.

Богатата информационна база, използвана от Kolmakov и Polyakova, за извършване на оценка за въздействието на икономиката на споделянето върху стойността на предприятията съдържа динамични редове на дневна база за съществуващите индекси на икономиката на споделянето, които те сравняват с основните борсови индекси (Kolmakov & Polyakova, 2019). Използваната от тях база данни е достъпна и позволява анализ на динамиката на Глобалния индекс на икономиката на споделянето за периода 18.06.2012 г. – 09.09.2019 г., като на основата на конкуриращите се модели е извършен избор на най-подходящ трендови модел – в случая, модела на експоненциална функция, който достатъчно точно описва възходящия тренд на показателя и може да се използва за прогнозиране (Фигура 2.).



Фигура 2. Моделиране на тренда на STOXX Global Sharing Economy Index на база дневни стойности за периода 18.06.2012 г. – 09.09.2019 г.

Източник: Dataset for estimating the sharing economy impact on enterprises' value (Data.mendeley) и изчисления на автора

На базата на статистиката на Глобалния индекс на икономиката на споделянето е достъпна информация за риска и възвръщаемостта, за волатилността на индекса, за корелацията му с индекса бенчмарк и бета коефициентите на месечна и годишна база. Проследяването на динамиката на индекса, както и оценките на риска и възвръщаемостта са важни от гледна точка на вземането на информирани решения от инвеститорите.

Значителна по обем статистическа информация за икономиката на споделянето се генерира от глобалната платформа за данни Statista.com (<https://www.statista.com>), на основата на която се установи, че броят на потребителите на икономика на споделянето в САЩ нараства от 44,8 милиона за 2016 г. до 86,5 милиона за 2021 г., като се увеличават почти два пъти. Средното

годишно нарастване е с 8,34 милиона потребители, а средногодишният им темп на прираст е 14,1%.

Анализът на състоянието, размера и тенденциите на икономиката на споделянето общо и по отделни аспекти изисква качествени и надеждни статистически данни, тъй като много често има различия в тях в зависимост от използваните дефиниции и начини за набиране на данните. Представените дотук подходи за измерване на икономиката на споделянето на базата на анкетни проучвания и Big Data ясно показват, че трябва да се пристъпи към измерване на икономиката на споделянето от статистическите органи, като се използват всички възможности за събиране на данни – проучвания, Big Data, административни регистри, други източници и др.

През 2016 г. Националният статистически офис на Обединеното кралство изготвя доклад относно възможностите за измерване на икономиката на споделянето в страната, в който са изведени шест основни насоки за действие, а именно проучване на различни опции за набиране на данни, използване на данни от различни административни източници, използване на възможностите за генериране на данни посредством Big Data, сътрудничество със заинтересованите страни, съгласуване на всички свързани с икономиката на споделянето дефиниции и осигуряване на добро покритие и обхват на изследванията, като ежегодно се отчита постигнатият напредък (ONS, 2016). Изпълнението на поставените цели за набиране на данни за икономиката на споделянето е предвидено чрез добавяне на допълнителни въпроси в използваните до момента анкетни карти при статистическите наблюдения на достъпа до интернет за домакинствата и физическите лица, при наблюденията на фирмите за електронна търговия, при изследване бюджета на времето и набиране на информация относно колко време лицата прекарват в дейности, свързани с икономика на споделянето, наблюдението на работната сила и др.

Според методологиите на Евростат данни за икономиката на споделянето се генерират на база наблюденията на дигиталната икономика, електронната търговия, краткосрочното настаняване, предлагано чрез онлайн платформи за икономика на сътрудничеството, използването на ИКТ и електронна търговия в предприятията, използването на ИКТ в домакинствата и от лицата, електронна търговия за физически лица и др. Евростат публикува и са достъпни данни от проучвания на Евробарометър за икономиката на сътрудничеството от 2016 г. и 2018, както и от Евробарометър за краткосрочните наеми в ЕС. Той идентифицира възприятията и практиките на гражданите във връзка с краткосрочните наеми от 2021 г.

Важни източници на информация за икономиката на споделянето са и различни бизнес регистри и други административни източници, както и директното извличане на данни от уебсайтове чрез създаване и поддържане на подходящи за тези цел интерфейси за програмиране на приложения или чрез прилагане на т.нар. уеб скрапинг.

Заклучение

В обобщение можем да посочим, че направихме опит за изясняване ролята на икономиката на споделянето в съвременното общество, нейните особености, факторите за появата ѝ, присъщите ѝ потребителски практики, както и проблемите, свързани с нейното измерване и оценка. Сред основните предимства на споделяната икономика са: възможността за пълноценна употреба на активите,

грижата за околната среда, икономията на средства за потребителя. Икономиката на споделянето осигурява по-голям избор на стоки и услуги на по-ниски цени и дава възможност на потребителите да са по-активни в тяхното търсене. Тя се свързва с идеята за това, хората да се кооперират и асоциират свободно, без посредничеството на никакви институции. Според Европейския парламент (Доклад..., 2017) икономиката на споделянето създава предприемачески възможности, превръща икономическата система в по-устойчива в социално и екологично отношение, с което допринася за прехода към кръгова икономика. Тя предлага нови възможности за работа и овластява потребителите.

Икономиката на споделянето може да се разглежда като нова форма на интеграция между икономиката и обществото, на вграждане на икономическите модели в рамките на социалните, създаване на нови видове общности и бизнес модели. Тя се базира на идеята, че е по-изгодно да се наеме дадена вещь, отколкото да се купува; най-ефективна е за активи с висока цена, които не се използват пълноценно. Икономиката на споделянето изгражда нови партньорства, дава възможности за творчество и споделена креативност.

Съвместното потребление, характерно за икономиката на споделянето, не трябва да се разглежда като нов модел, който измества старите, а по-скоро като потребителски модел, който допълва предходните и постепенно набира популярност. Съвместното потребление има общи характеристики с устойчивото (етично, зелено) потребление и се ръководи освен от рационални мотиви, също и от морални и алтруистични. Както посочва М. Munger, икономиката на споделянето ще ни направи по-малко егоистични и ще ни научи по-тясно да си сътрудничим с другите хора в обществото (Munger, 2018).

Пред статистическите изследвания на икономиката на споделянето са налице редица предизвикателства, свързани с дефинициите и концепцията за икономиката на споделянето, необходимостта от комбиниране от различни източници на данни, съгласуване и актуализиране на използваните статистически класификации, организирането на наблюденията, натовареността на респондентите и т.н. Това налага националните статистически органи, Евростат и други международни организации да извършат мониторинг на процесите по производство на статистически данни за икономиката на споделянето, за да генерират надеждна информационна база, на основата на която да се анализират тенденциите, факторите, стимулиращи нейното разрастване, въздействието ѝ върху предприятията от различни сектори, пазара на труда, опазването на околната среда и др.

Използвани източници

- Авдокушин, Е.Ф., Кузнецова, Е.Г.* (2019). Экономика совместного потребления: сущность и некоторые тенденции развития. Экономический журнал 2 (54), 6-19.
- Банков, К.* (2009). Консумативното общество. София, Изд. „Лик“.
- Василева, Е., Иванова, Д., Типова, Н., Стефанов, С.* (2012). Устойчиво потребление в България. София, Издателски комплекс УНСС.
- Веселов Ю. В., Скворцов Н. Г.* (2021). Доверие в эпоху цифровых трансформаций: опыт социологического исследования//Социологические исследования. № 6, 57-68. DOI 10.31857/S013216250012556-4.
- Глухов, В. В., Глухова, З. В.* (2019). Экономика совместного потребления, как новая форма экономических отношений. Интернет-журнал «Отходы и ресурсы» <https://resources.today> №4, Том 6, 1-9. DOI: 10.15862/11ECOR419.

- Головецкий Н.Я., Гребеник В.В.** (2017). Фундаментальные основы экономики совместного потребления // Вестник МУ им. С.Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление. № 4 (23), 18–23.
- Доклад** относительно Европейска програма за икономика на споделянето. (2017) https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0195_BG.html
- Костадинова, Е.** (2016). Зелено потребителско поведение и нагласи сред българските потребители. Управление и устойчиво развитие. (3), 61–64.
- Коос, С.** (2009). Объясняя этическое потребительское поведение в Европе (эмпирические данные по 19 странам). Экономическая социология. Том 10, №2, 76–97.
- Липовецки, Ж.** (2008). Парадоксалното щастие (опит върху обществото на хиперконсумиране). Изд. Рива.
- Мангер, М.** (2019). Завтрашний день 3.0. Трансакционные издержки и экономика совместного пользования. Экономическая социология. Том 20, №5, 74–97.
- Ниорадзе, Г.В.** (2022). К вопросу о взаимосвязи шеринг-экономики и прекаризации. Социологические исследования (12), 123–141. DOI: 10.31857/S013216250021904-7.
- Попова, М.** (2012). Виртуальный человек. София, изд. Фабер.
- Радаев, В.В.** (2022). Экспансия платформ как вызов социологии. Социологические исследования (12), 15–46. DOI: 10.31857/S013216250022667-6.
- Рифкин, Д.** (2001). Эпохата на достъпа. София, изд., „Атика”.
- Фукуяма, Ф.** (1997). Доверие: Общественные ценности и создаване на благосостояние. София: РИВА.
- Шабанова, М. А.** (2017). Традиционные и новые солидарности в пространстве потребительски благ и ресурсов. Социологические исследования (8), 31–46. DOI: 10.7868/S0132162517080049.
- Шабанова, М. А.** (2020). Новые потребительские практики в условиях цифровизации гражданского общества: теоретико-методологические аспекты (статья 1). Социологические исследования (11), 16–26. DOI: 10.31857/S013216250010204-7.
- Шабанова, М. А.** (2023). Этичное потребление как сфера гражданского общества в России: факторы и потенциал развития рыночных практик. Экономическая социология. Том 24, №1, 13–54.
- Шаткин, М. А., Яковлев, Л. С.** (2020). Трансформация собственности и власти в шеринговой экономике. Социологические исследования. №1, DOI: 10.31857/S013216250008322-7.
- Ayers, R.** (XII 2017 г.). 5 Ways Big Data is Fueling the Sharing Economy. Извлечено от SmartData Collective: <https://www.smartdatacollective.com/5-ways-big-data-is-fueling-the-sharing-economy/>
- Cheng, X., Fu, S., & de Vreede, G.-J.** (August 2018 2018 г.). A mixed method investigation of sharing economy driven car-hailing services: Online and offline perspectives. International Journal of Information Management(41), 57–64. doi:https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.03.005
- Data.mendeley.** (н.д.). Dataset for estimating the sharing economy impact on enterprises' value. Извлечено от Data.mendeley: <https://data.mendeley.com/datasets/ys7pxfx2pr/1>
- GlobalData.** (02 2024 г.). Report Overview: Sharing Economy - Thematic Research. Извлечено от GlobalData Plc: <https://www.globaldata.com/store/report/sharing-economy-theme-analysis/>

- Grabher G., van Tuijl E.** (2020) Uber-Production: From Global Networks to Digital Platforms. *Environment and Planning A: Economy and Space*. Vol. 52. No. 5: 1005–1016.
- INDEX, S. G.** (May 2023 r.). STOXX® GLOBAL SHARING ECONOMY INDEX. Извлечено от <https://www.stoxx.com:https://www.stoxx.com/document/Indices/Factsheets/2023/May/STXSECGV.pdf>
- Kolmakov, V., & Polyakova, A.** (2019). Dataset for estimating the sharing economy impact on enterprises' value. Mendeley Data,(VI). doi:doi: 10.17632/ys7pfx2pr.1
- Krastevich, T., Smokova, M.** (2021). Does the Degree of Urbanisation Affect Sustainable Household Consumption? (Some Empirical Evidence). *Management & Marketing*. Vol. 16, № 3, 187-209.
- Laamanen M., Barros M., Islam G.** (2018) Collective Representation on Collaborative Economy Platforms. In: Cruz I., Ganga R., Wahlen S. (eds) *Contemporary Collaborative Consumption. Trust and Reciprocity Revisited*. Wiesbaden: Springer VS: 35–56.
- Munger M.** (2018) *Tomorrow 3.0: Transaction Costs and the Sharing Economy* (Cambridge Studies in Economics, Choice, and Society), Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108602341.
- Mazzella F., Sundararajan A., D'Espous V.B., Möhlmann M.** (2016) How Digital Trust Powers the Sharing Economy: The Digitization of Trust. *Third Quarter*. No. 30: 24–31. DOI: 10.15581/002.ART-2887.
- Netter, S., Pedersen, E., & Lüdeke-Freund, F.** (June 2019 r.). Sharing economy revisited: Towards a new framework for understanding sharing models. *Journal of Cleaner Production*(221), 224-233. doi:https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.225
- ONS.** (2016). The feasibility of measuring the sharing economy. Извлечено от Office for National Statistics UK: <https://www.ons.gov.uk/>
- Pedroni M.** (2019). Sharing Economy as an Anti-concept. *First Monday*. Vol. 24. No. 2. DOI: 10.5210/fm.v24i2.9113.
- Putnam, R.D.** (1995). Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America. *Political Science & Politics*. 664-683.
- PwC.** (02 2024 r.). Five key sharing economy sectors could generate £9 billion of UK revenues by 2025. Извлечено от https://pwc.blog:https://pwc.blogs.com/press_room/2014/08/five-key-sharing-economy-sectors-could-generate-9-billion-of-uk-revenues-by-2025.html
- Quattrone, G., Kusek, N., & Capra, L.** (29 June 2022 r.). A global-scale analysis of the sharing economy model – an AirBnB case study. *EPJ Data Science*, Free PMC article. doi:doi: 10.1140/epjds/s13688-022-00349-3
- Report.** (02 2024 r.). GITNUX: Must-Know Sharing Economy Statistics [Latest Report]. Извлечено от GITNUX: <https://gitnux.org/sharing-economy-statistics/>
- Rojanakit, P., de Oliveira, R., & Dulleck, U.** (February 2022 r.). The sharing economy: A critical review and research agenda. *Journal of Business Research*. *Journal of Business Research*(139), 1317-1334. doi:https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.045

