

Леденёва Елена, Мурыгина Ксения,
Петраков Сергей, Семеев Данат
Первая группа ЭФ МГУ

2020 г.

Проект по курсу «Институциональная экономика»

Оценка взаимозаменяемости доверия к контрагенту и платформе как факторов развития экономики совместного потребления в России.

Аннотация

Доверие является определяющим фактором для успешного функционирования экономики шеринга (Sharing economy). В целом пласте статей доверие к контрагенту и платформе рассматривается как основа для роста цифровой торговли. Многие исследователи отмечали важность этих составляющих, однако прежде не было работ, которые рассматривали бы эффекты взаимозамещаемости этих факторов друг другом. Наша цель – измерение предельной нормы замещения доверия к контрагентам доверием к платформе и наоборот на базе цифровых платформ для российского рынка совместного потребления с помощью опросов. В особенности мы хотим определить, есть ли какой-то критический уровень доверия к одному из этих факторов, при котором увеличение второго фактора не приводит к росту шеринговой экономики и который тем самым является необходимым условием для её успешного функционирования.

Ключевые слова: Sharing economy, Collaborative consumption, Trust, Platforms

I Введение и обзор литературы

Шэринговая экономика (Sharing economy), или экономика совместного потребления (Collaborative consumption) - это экономическая модель, в основе которой заложено коллективное использование товаров и услуг. В таких сделках участвуют как минимум три стороны. Во-первых, это агенты, которые предлагают товары и услуги для продажи, аренды или совместного использования. Во-вторых, это потребители, которые желают купить или арендовать товар или услугу. В-третьих, (онлайн) платформы служат двусторонними торговыми площадками. «Они соединяют спрос и предложение, облегчают поиск, коммуникацию и инициирование сделок, а также платёжные и другие процессы (например, в случаях урегулирования конфликтов)» (Hawlitschek et al., 2018).

В настоящее время шэринговыми сервисами начинают пользоваться всё больше людей по всему миру, прежде всего это обусловлено их выгодностью. Зачастую оказывается выгоднее временно пользоваться, чем владеть (Botsman and Rogers, 2010). Наша страна не является исключением в рамках данной тенденции, более того на нашем рынке заметен значительный рост распространения платформ¹, позволяющих арендовать различные блага. На данных заметно, что в рамках шэринговых платформ доминирующее положение занимают C2C транзакции. Примерами могут служить Авито или Юла.

Согласно ряду статей, фундаментальной предпосылкой для существования экономики совместного пользования является взаимное доверие (Hawlitschek et al., 2016), (Katz, 2015), (Teubner et al., 2017). Большая часть статей концентрируется на доверии к платформе, доверии к остальным агентам, взаимодействующими на платформе (продавцам и покупателям). Также выделяется доверие к продукту (Hawlitschek et al., 2016), (Gefen et al., 2008)

Многие исследователи отмечали важность этих составляющих, однако прежде не было работ, которые рассматривали бы эффекты взаимозамещаемости этих факторов друг другом.

¹В приложении приведены диаграммы взятые с Statista, иллюстрирующие данный рост.
<https://www.statista.com/statistics/951188/sharing-economy-transactions-in-russia/>,
<https://www.statista.com/statistics/951225/sharing-market-transactions-volume-russia-by-segment/>

Наша цель – измерение предельной нормы замещения доверия (MRTS - marginal rate of trust substitution, по аналогии с marginal rate of technical substitution) у пользователей крупнейших цифровых российских C2C платформ Авито и Юла. Мы рассматриваем доверие к платформе и доверие к остальным агентам, которые действуют на платформах. В особенности мы хотим определить, есть ли какой-то критический уровень доверия к одному из этих факторов, при котором увеличение второго фактора не приводит к росту шеренговой экономики и который тем самым является необходимым условием для её успешного функционирования.

Для ответа на данный вопрос мы хотим воспользоваться опросным методом, опираясь на разработанные социологами формулировки опросов World Values Survey (далее WVS)², European Social Survey (ESS)³, Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (РМЭЗ)⁴ и исследование Государственного фонда фондов Института развития Российской Федерации РВК⁵.

II Формулировка гипотез

В соответствии с выводами, сделанными в обзорной части нашей работы, мы выдвигаем следующие гипотезы:

1) Существует критический минимальный уровень доверия к платформе, ниже которого сделки на платформе не совершаются даже при очень высоком уровне доверия к

²Inglehart, R., C. Haerpfer, A. Moreno, C. Welzel, K. Kizilova, J. Diez-Medrano, M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin B. Puranen et al. (eds.). 2017. World Values Survey: Round Seven - Country-Pooled Datafile 2014-2017. Madrid: JD Systems Institute. Version: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>

³ESS Round 9: European Social Survey (2020): ESS-9 2018 Documentation Report. Edition 2.0. Bergen, European Social Survey Data Archive, NSD - Norwegian Centre for Research Data for ESS ERIC. doi:10.21338/NSD-ESS9-2018. Опросник: https://www.europeansocialsurvey.org/docs/round9/fieldwork/estonia/russian/ESS9_questionnaires_EE_

⁴Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом "Высшая школа экономики" и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. (Сайты обследования RLMS HSE: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms> и <http://www.hse.ru/rlms>)

Вопросники: <https://www.hse.ru/rlms/question>

⁵https://www.rvc.ru/upload/iblock/fd8/RVC_attitudes_to_technologies_report2020_fragment.pdf

остальным агентам.

2) Существует критический минимальный уровень доверия к контрагентам, ниже которого сделки на платформе не совершаются даже при очень высоком уровне доверия к платформе.

3) Доверие к платформе и доверие к контрагентам являются субститутами при условии, что они превышают минимальные критические значения.

4) Значения критических минимальных уровней доверия тем выше, чем серьёзнее планируемая покупка (чем большую часть бюджета она занимает)

III Предлагаемые способы проверки гипотез

III.A Форма опроса

В идеале мы бы хотели провести опрос в приложении какого-нибудь банка, например, «Тинькофф Банк», активно использующего систему кэшбеков. Банку будет выгода от понимания предпочтений пользователей и от взаимодействия с платформой по аналогии с выплатой кэшбека от покупки на ней. У пользователя стимулы будут настроены нужным образом, во-первых, от самого факта, что его предпочтения могут быть учтены при модернизации её работы, а, во-вторых, от бонуса, который ему можно предложить в виде скидки на покупку за прохождение опроса. Дополнительно для совместимости по стимулам можно пообещать подобрать наиболее согласующуюся с ответами платформу и подарить на ней скидку. Для нас это наиболее предпочтительный вариант, так как банк располагает информацией по оборотам по счетам, что является хорошей прокси группы дохода потребителя. Более того, банк может располагать информацией относительно факта совершения покупок на платформах, их частоты, а также информацией о социо-демографических характеристиках человека (например, за счёт взятия кредита). Подобная информация позволит более точно разбить потребителей на социальные группы и проводить опрос в соответствии с ними. Например, ограничивая выборку пользователями, в принципе пользующимися платформами, или определенной возрастной группы.

Вторым по предпочтительности для нас является вариант платформы, за счёт опроса пользователей которой мы проведем опрос. Например, это могут быть Юла или Авито. Платформе выгода будет от понимания предпочтений потребителей и совершенствовании на основе опроса собственных сервисов. Для пользователей, опять же, скидка на покупку за прохождение опроса и возможность выразить собственные предпочтения от их учета. В данном случае можно попытаться аппроксимировать доход максимальной или средней ценой покупки, совершенной на этой платформе.

И, наконец, можно думать про опрос в разных социальных сетях, но с этим связана проблема репрезентативности выборки и отсутствия материальной совместимости по стимулам. Поэтому этот вариант является для нас наименее предпочтительным, потому что вызовет больше вопросов, нежели даст ответов.

В самом начале опроса будут заданы общие социо-демографические вопросы, уточняющие пол, возраст респондента, размер его домохозяйства, семейное положение, уровень образования, занятость, а также собственную оценку респондента своего уровня доходов. [Примеры формулировок](#) подобных вопросов приведены в приложении. Также мы считаем важным оценить общий уровень доверия респондента (вопросы A12-A16) и сразу отсеить людей, не пользующихся интернетом и не совершающих покупки на платформах (вопросы A17-A20). Дополнительно можно поинтересоваться у респондента его удовлетворенностью сервисом существующей платформы (например, Юлы или Авито) и его оценкой количества недобросовестных агентов.

Стандартная процедура опроса для выявления минимального критичного среднего уровня качества платформы или агента, а также из предельной нормы замещения, предлагаемая WVS и ESS с выбором от 0 до 10, потенциально даст смещённые результаты. Причина тому - респонденты будут при фиксированном одном факторе выбирать максимально доступное значение другого (чем выше качество, тем лучше). Мы хотим построить процедуру опросов выше под наши цели и выполнить её в виде дерева решений для каждого респондента. При такой процедуре в 1 фазе определяется минимальная граница качества, при которой респондент готов совершить сделку, а во 2 фазе осуществляется процедура, оценивающая предельную норму замещения.

III.B Первый этап опроса

С помощью опроса нам необходимо выявить предпочтения участников рынка совместного потребления по отношению к агентам и платформе при фиксированном качестве продукта. Мы рассчитываем проводить опрос на группах людей, которые больше соответствуют определённой категории по расходам. Если получится договориться с банком, то мы сможем на основе обезличенных, агрегированных данных разбить потребителей в соответствии с их расходами на 5 групп:

- 1) От 0 до 999 рублей,
- 2) От 1000 до 4999 рублей,
- 3) От 5000 до 9999 рублей,
- 4) Более 10000 рублей

Такое разбиение на группы по средним расходам позволит точнее определить оценки замещения фактора доверия к агенту фактором доверия к платформе.

Сначала респонденту предлагается принять или отвергнуть сделку на платформе с данным уровнем риска встретить технические неполадки. Затем агентам будут задаваться вопросы о конкретном товаре с известной ценой, что гарантирует, что каждый будет представлять себе одну и ту же по стоимости покупку на платформе. Респонденты заполняют форму в своём личном кабинете, поэтому у нас есть возможность получить анонимный идентификатор, по которому можно заранее получить рассчитанную среднюю величину денежных потоков. Средний оборот по счёту будет браться как прокси доходов респондента. Стоимость товара будет зависеть от того, в каком интервале находится средний оборот по счёту у агента, т.е. респонденты будут фактически разбиты на бины на основании их доходов. Таким образом респонденту будет предложен релевантный для его собственной жизни выбор.

Предполагая изначально максимальный уровень качества платформы и уровень доверия к контрагентам для принятия решения об участии в платформе, мы с каждым следующим вопросом повышаем вероятность встретить технические неполадки на 10%⁶, до тех пор пока респондент не ответит «НЕТ».

⁶В данном документе проценты и понятие "вероятность" используются для удобства. Непосредственно для респондентов для лучшего восприятия вопросов будут использоваться формулировки "X человек из 10 или X% людей". Причина тому - не все люди понимают, что такое вероятность.

Как только респондент впервые ответил «НЕТ» на очередной подобный вопрос (т.е. в котором с $X\%$ вероятностью были бы технические неполадки), он получает ещё один вопрос, где вероятность технических неполадок ещё выше, чем та, что в предыдущем вопросе (для проверки адекватности заполнения анкеты).

Теперь мы можем перейти к варьированию второго показателя (вероятности встретить нечестного контрагента). Предполагая наличие свойства положительного ответа для предпочтений респондента, мы ожидаем, что респондент, отказавшийся от использования платформы с данной работоспособностью, откажется от неё при той же работоспособности и с большей вероятности встретить недобросовестного контрагента.

III.C Второй этап опроса

Вторая фаза опроса проверяет взаимозаменяемость между приоритетами участников рынка по отношению к платформе или агенту. В каждом новом вопросе с шагом в 10% повышается (с 0%) вероятность встретить недобросовестного контрагента, и мы просим респондента дать ответ, согласится ли он совершить покупку в таких условиях. Вероятность встретить технические неполадки при этом остается на уровне, при котором был последний раз получен ответ «ДА».

1. В случае, если ответ сменяется на отрицательный, то в следующем слове на 10% понижается вероятность встретить технические неполадки, и это повторяется до тех пор, пока ответ не сменится на положительный.
2. Если ответ останется положительным, то в следующих вопросах каждый раз на 10% будет повышаться вероятность встретить недобросовестного контрагента, пока ответ не сменится на отрицательный.

Опрос завершается, когда в результате повторения пунктов 1 и 2 вероятность встретить недобросовестного контрагента не достигнет 100% .

Такая группа вопросов с меняющейся вероятностью нацелена на поиск оптимального выбора между качеством платформы и агента, согласно методологии о важности

различных компонент по Hawlitschek, F. et al (2016). С помощью подобных вопросов проверяется важность между компонентами способности (ability) платформы и честности (integrity) агента.

Чтобы окончательные выводы были о благах («качества работы платформы» и «доверия»), а не об антиблагах («неполадках» и «недобросовестности»), мы переведем показатели вероятностей (x_1, y_1) , которые присутствуют в опросе, в числа $(1 - x_1, 1 - y_1)$, и на этих величинах будем делать оценки. Ниже приведена графическая иллюстрация выбора некоторого респондента в координатах («качество агента», «качество платформы»).

Примеры вопросов, как мы их себе представляем, а также пример прохождения основной части опроса присутствуют в приложении.

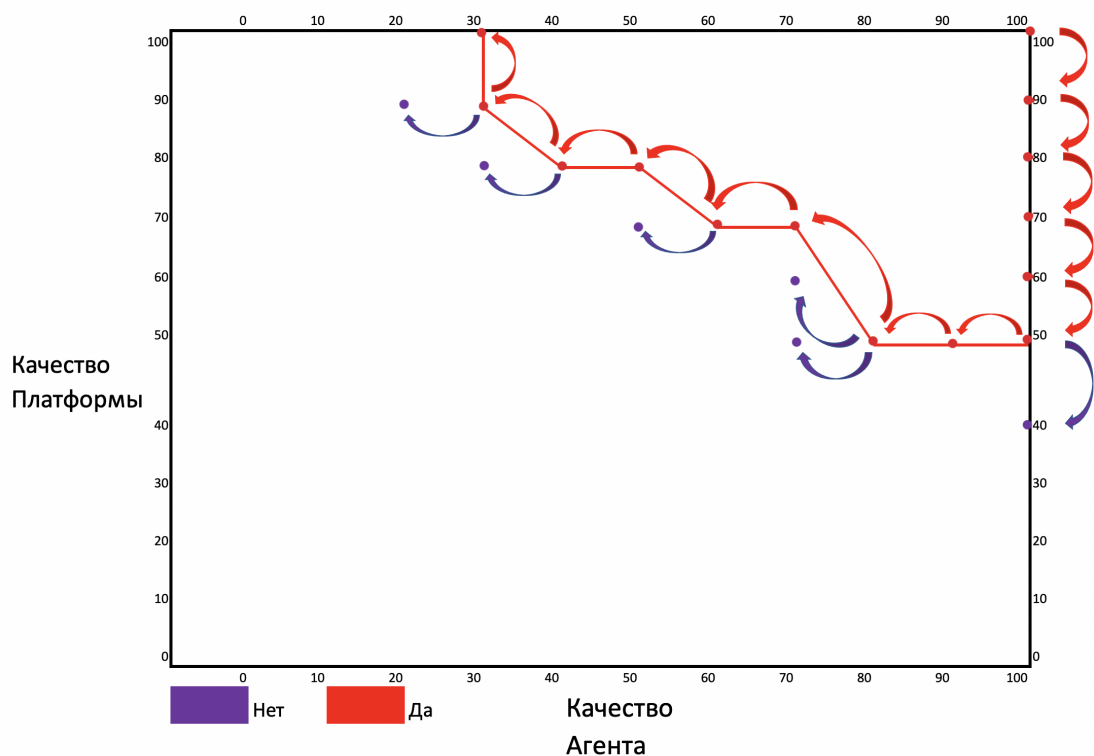


Рис. 1 – На данном графике представлен последовательное отображение выбора респондента в координатах качество платформы и качество агентов

Пример алгоритма для случая, когда опрошено 5 респондентов

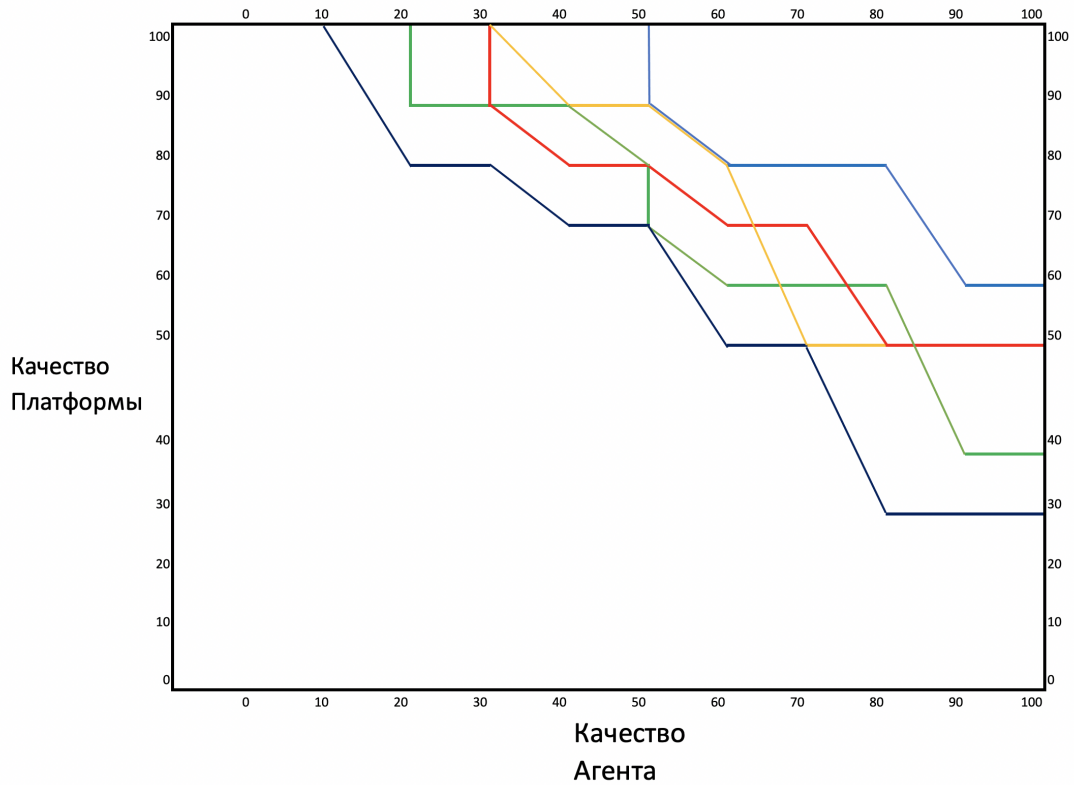


Рис. 2 – На данном графике мы привели возможное изображение опроса 5 респондентов

Поскольку наша цель - это расчёт предельной нормы замещения между ключевыми факторами - агентом и платформой, то мы произведём аппроксимацию наших данных с помощью гиперболы вида

$$PlatformQuality = \frac{C}{(AgentQuality)^n}, C \in R, C > 0, n \in R, n > 0$$

Такая функциональная форма позволяет улавливать изменения в том, как люди относятся к изменению одного фактора, при фиксированном другом факторе. Это является её преимуществом по сравнению с линейным графиком. Более того, гиперболическая форма соответствует стремлению к единообразию качества, так как выпукла к началу координат, интерпретируя её как линию уровня предпочтений индивида разумно сказать, что респондент скорее будет предпочитать именно так замещать качество одного фактора другим.

Пример аппроксимации результатов гиперболой

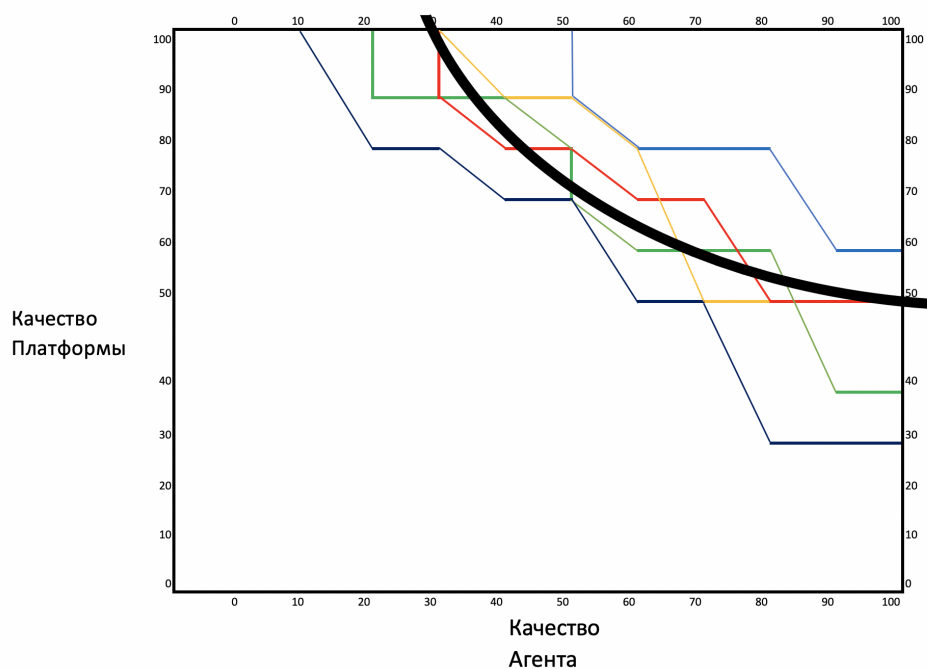


Рис. 3 – Аппроксимация результатов опроса с помощью гиперболы

Теперь, когда мы аппроксимировали наши результаты, мы способны рассчитать предельную норму замещения для каждого фактора относительно другого в каждой точке и получить оценку. Здесь мы вводим понятие предельной нормы замещения доверия (MRTS) по аналогии с показателем предельной нормы технологического замещения.

Графическая иллюстрация предельной нормы замещения между платформой и агентом

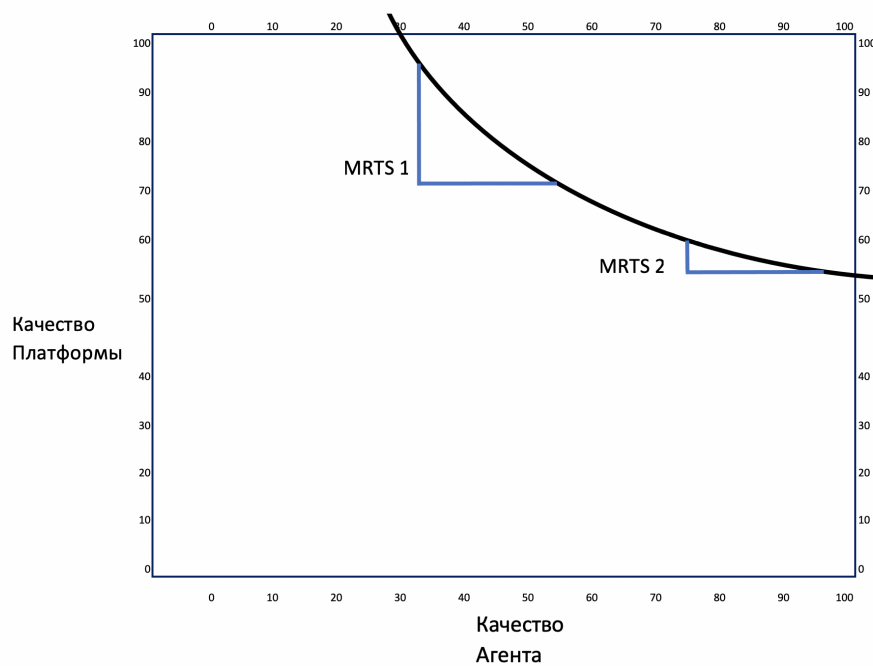


Рис. 4 – Иллюстрация предельной нормы замещения доверия (Marginal Rate of Trust Substitution)

Для того чтобы сделать оценку минимального необходимого доверия к факторам («агент», «платформа»), мы рассчитываем 90-процентный доверительный интервал (путём удаления 5% минимальных и максимальных по y точек для каждого x). Нижняя граница нашего интервала и будет являться тем необходимым критическим уровнем доверия к факторам.

Таким образом мы получили множество пар значений, которые отделяют ситуации наличия сделок на платформе и их отсутствия.

Иллюстрация критического уровня качества для совершения покупки

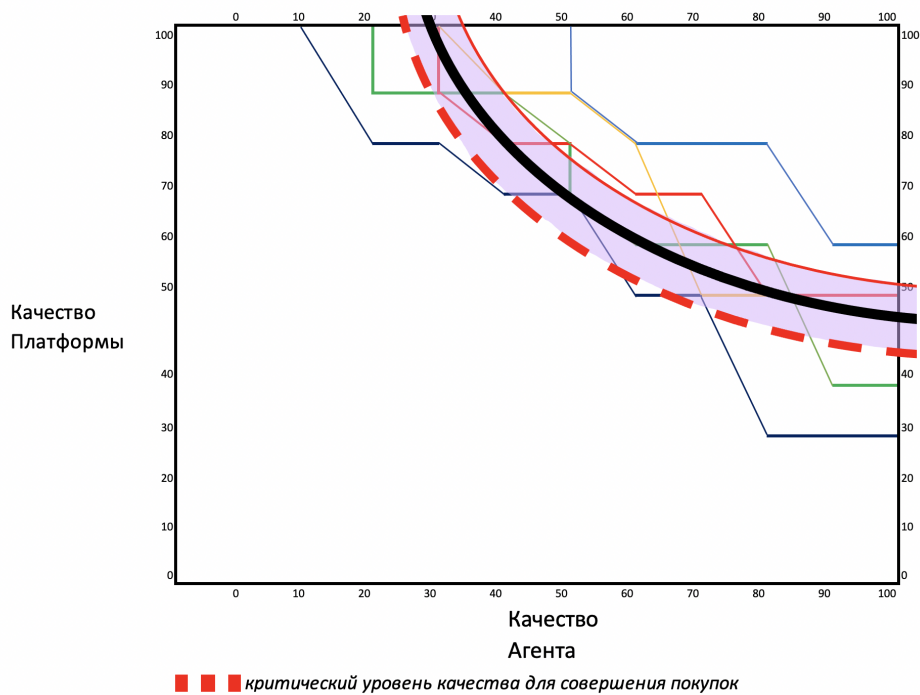


Рис. 5 – Иллюстрация критического уровня доверия к факторам

IV Возможные выводы

Выводы для групп с разным доходом следует формулировать отдельно, так как респонденты будут отвечать касательно покупок различных товаров в зависимости от прокси их дохода. Для отдельного индивида для изменения решения об участии в сделке на платформе на положительное нужно в любом случае преодолеть один и тот же уровень полезности (независимо от того, на основании каких факторов он складывался), поэтому ломанные линии следует интерпретировать как аппроксимацию кривых безразличия. Тогда при их когерентности можно говорить об оценённой гиперболе как о форме, которую имеет кривая безразличия типичного респондента, а её точечную эластичность (которая для гиперболы является постоянной) y по x - как среднюю заменяемость качества агентов качеством платформы. Например, если оценённый параметр n для одной из групп по доходу составит 2.74, то будет сделан вывод о том, что в среднем при падении Качества агента на 1% качество платформы должно возрасти на 2.74% для сохранения той же удовлетворённости платформой.

Таким образом, возвращаясь к заявленным гипотезам, мы можем утверждать, что оценённая на данных опроса гиперболическая модель позволит нам говорить о возможности существования критического минимального уровня доверия к платформе (качества платформы), ниже которого сделки на платформе не совершаются даже при очень высоком уровне доверия к остальным агентам, как ордината пересечения с прямой ($AgentQuality = 1$) и оценённой нами функции-гиперболы. Аналогичные оценки мы получаем и для критического минимального уровня доверия к контрагентам, ниже которого сделки на платформе не совершаются даже при очень высоком уровне доверия к платформе. С помощью оценки, полученной за счёт доверительного интервала, мы можем делать выводы о существовании критического минимального уровня доверия к контрагентам, ниже которого сделки на платформе не совершаются даже при очень высоком уровне доверия к платформе. На основании оценок гиперболы на различных группах по расходам мы сможем корректно ответить на вопрос о значениях критических минимальных уровней доверия и подтвердить гипотезу о том, что они тем выше, чем дороже покупка.

Информация из ответов на общие социо-демографические вопросы (или из данных клиентов банка или платформы) позволит нам посмотреть на процент использования интернета и платформ, процент доверяющих платформам и агентам на них, а также на допустимый процент качества платформы при 100%-ом качестве контрагентов по различным группам населения. Подобные распределения являются стандартным результатом опросов, отражающих гетерогенность населения в зависимости от характеристик людей.

Список литературы

Bergh, A., Funcke, A. (2020). Social trust and sharing economy size: country level evidence from home sharing services. *Applied Economics Letters*, 27(19), 1592-1595.

Botsman, R., Rogers, R. (2010). What's mine is yours. The rise of collaborative consumption.

Fraiberger, S. P., Sundararajan, A. (2015). Peer-to-peer rental markets in the sharing economy. NYU Stern School of Business research paper, 6.

Gefen, D., Benbasat, I., Pavlou, P. (2008). A research agenda for trust in online environments. *Journal of Management Information Systems*, 24(4), 275-286.

Hawlitschek, F., Teubner, T., Weinhardt, C. (2016). Trust in the sharing economy. *Die Unternehmung*, 70(1), 26-44.

Hawlitschek, F., Notheisen, B., Teubner, T. (2018). The limits of trust-free systems: A literature review on blockchain technology and trust in the sharing economy. *Electronic commerce research and applications*, 29, 50-63.

Katz, V. (2015). Regulating the sharing economy. *Berkeley Technology Law Journal*, 30(4), 1067-1126.

Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. Penguin.

Teubner, T., Hawlitschek, F., Dann, D. (2017). Price determinants on AirBnB: How reputation pays off in the sharing economy. *Journal of Self-Governance Management Economics*, 5(4).

Приложения

Примеры общих социально-демографических вопросов анкеты

A1⁷ Ваш пол

- 1) Мужской
- 2) Женский

A2⁷ В каком году Вы родились?

19 __

Это означает, что Вам сейчас __ исполнившихся лет

A3⁷ Являетесь ли Вы гражданином России?

- 1) Да
- 2) Нет

A4⁷ Из скольких человек состоит Ваше домохозяйство? Учитывайте, пожалуйста, всех взрослых и детей, а также не забудьте включить Вас

из __ человек

A5⁷ Скажите, пожалуйста, в настоящее время Вы:

- 1) Женаты/замужем
- 2) Живете вместе, но не зарегистрированы
- 3) Разведены
- 4) Разошлись, но официально не разведены
- 5) Вдовец/вдова
- 6) Холост/незамужняя и никогда не был женат/замужем

A6⁷ Скажите, пожалуйста, у Вас есть дети?

- 1) Нет
- 2) Да, __ детей

⁷Вопросы составлены по аналогии с вопросами 260, 261, 262, 269, 270, 273, 274 WVS

A7 Какой наивысший законченный уровень образования Вы получили?

- (01) Вообще не учился в школе или закончил лишь 1-2 класса школы (незаконченная начальная школа)
- (02) Закончил 3-7 классов средней школы, но не получил аттестата об основном общем образовании
- (03) Получил аттестат об основном общем образовании (7 классов по системе до 1958 года, 8 классов по советской системе 60-80-х годов или 9 классов по современной системе), но не получил никакого профессионального образования
- (04) Законченное среднее общее образование (10 лет по старой системе, 11 лет по новой), получил аттестат, но не получил никакого профессионального образования
- (05) Начальное профессиональное образование - закончил ПТУ, ФЗУ, ФЗО, профессионально-технический лицей, которые не давали среднего общего образования (до 2 лет обучения)
- (06) Начальное профессиональное образование - закончил ПТУ, профессионально-технический лицей, которые также дали среднее общее образование, или на базе полного среднего (1-3 года обучения)
- (07) Среднее профессиональное образование - закончил техникум, училище, колледж (2-4 года обучения)
- (08) Получил диплом бакалавра в вузе после 4 лет обучения по новой двухступенчатой системе
- (09) Получил диплом магистра в вузе после дополнительных 2 лет обучения по новой системе
- (10) Законченное высшее образование по 5-6-летней системе (диплом специалиста)
- (11) Научная степень (кандидат, доктор наук)

Рис. 6 – Вопрос составлен по аналогии с вопросом 275 WVS и F44 ESS

A8 Каково Ваше нынешнее трудовое положение? Если видов занятости больше одного, укажите, какой занимает большую часть времени

- Работает полный рабочий день - 30 часов в неделю и более 01.
- Работает неполный рабочий день менее 30 часов в неделю 02.
- Работает на себя, собственное дело, компания..... 03.
- Пенсионер 04.
- Домохозяйка (домохозяин), в том числе в отпуске по уходу за ребенком..... 05.
- Студент 06.
- Безработный, но ищет работу 07.
- Инвалид 08.

Рис. 7 – Вопрос составлен по аналогии с вопросом 279 WVS

A9⁸ За последний год Ваша семья

- 1) Сделала сбережения
- 2) Ничего не накопила, жила от зарплаты до зарплаты
- 3) Потратила часть сбережений
- 4) Потратила все сбережения и влезла в долги
- 5) Затрудняюсь ответить

⁸Вопрос составлен по аналогии с вопросом 286 WVS

A10⁹ Люди иногда говорят, что они принадлежат к какому-то классу. А к какому классу из тех, что перечислены ниже, Вы отнесли бы себя?

- 1) Высший класс
- 2) Высший средний класс
- 3) Низший средний класс
- 4) Рабочий класс
- 5) Низший класс
- 6) Затрудняюсь ответить

A11 На этой карточке приведена шкала доходов, где 1 означает группу с самым низким уровнем доходов, а 10 - группу с самым высоким уровнем доходов в нашей стране. К какой группе доходов относится Ваша семья?

Вы можете выбрать любую цифру между ними, чтобы наиболее точно показать где Вы находитесь на этой шкале. Пожалуйста, примите во внимание заработки всех членов Вашей семьи, пенсии и другие доходы

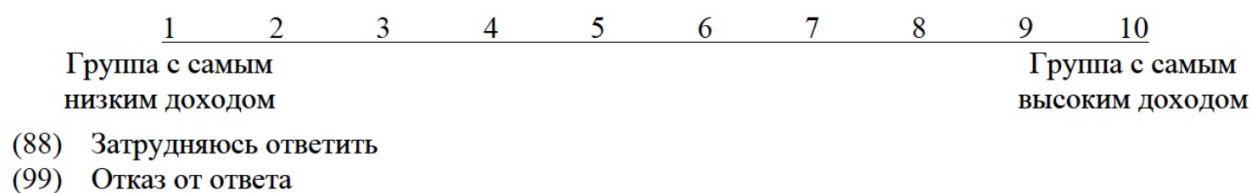


Рис. 8 – Вопрос составлен по аналогии с вопросом 288 WVS и вопросом B26 ESS

A12¹⁰ Если говорить в целом, Вы считаете, что большинству людей можно доверять или нужно быть очень осторожным в отношениях с людьми?

- 1) Большинству можно доверять
- 2) Нужно быть очень осторожными в отношениях с людьми
- 3) Затрудняюсь ответить

⁹Вопрос составлен по аналогии с вопросом 287 WVS

¹⁰Вопрос составлен по аналогии с вопросом 57 WVS

A13 Пользуясь этой карточкой, скажите, пожалуйста, Вы считаете, что большинству людей можно доверять, или Вы склоняетесь к мнению, что даже излишняя осторожность в отношениях с людьми не мешает? Для ответа Вы можете выбрать любую цифру от 0 до 10, которая наилучшим образом отражает Ваше мнение

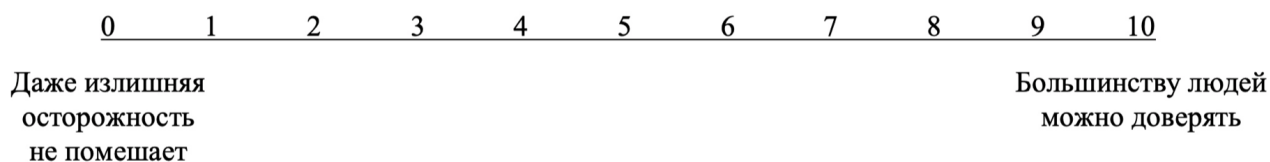


Рис. 9 – Вопрос составлен по аналогии с вопросом A4 ESS

A14 Скажите, пожалуйста, насколько Вы доверяете разным категориям людей:

- 1) Вашей семье
- 2) Вашим соседям
- 3) Людям, с которыми Вы лично знакомы
- 4) Людям, с которыми Вы впервые встретились

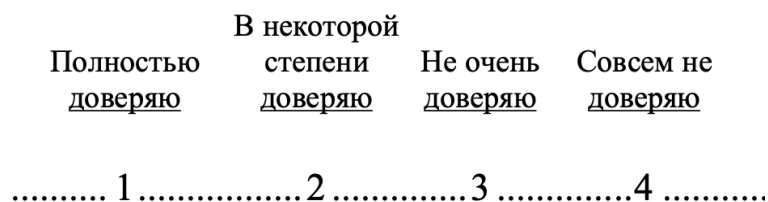


Рис. 10 – Вопрос составлен по аналогии с вопросом 57 WVS и RVC

A15 Как Вы думаете, большинство людей постарались бы Вас использовать, если бы им представилась такая возможность, или же, на Ваш взгляд, люди постараются вести себя с Вами честно?

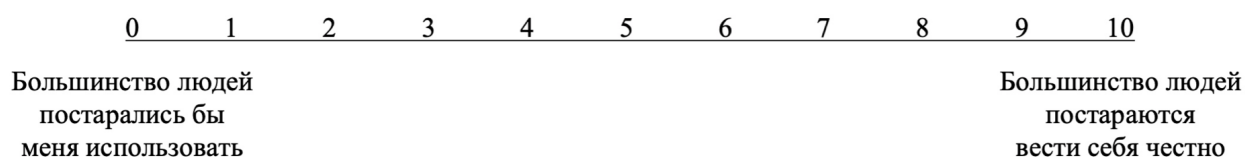


Рис. 11 – Вопрос составлен по аналогии с вопросом A5 ESS

A16 По Вашему мнению, в большинстве случаев люди стараются помогать друг другу или они чаще всего заботятся только о себе?

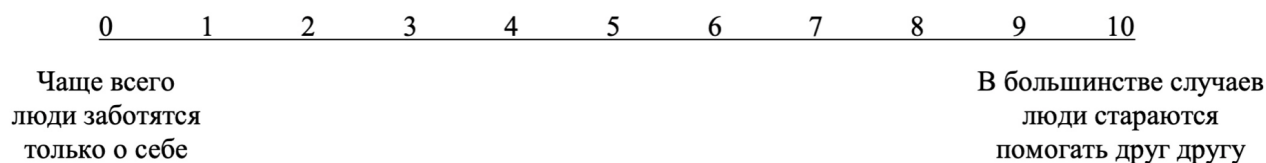


Рис. 12 – Вопрос составлен по аналогии с вопросом A6. ESS

A17¹¹ Приходилось ли Вам в течение последних 12 месяцев пользоваться Интернетом?

- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить

A18 Вы пользовались Интернетом в течение последних 12 месяцев для...

	Да	Нет	3/0
Учёбы	1	2	7 ...
Работы	1	2	7 ...
Развлечений	1	2	7 ...
Общения с другими людьми	1	2	7 ...
Получения информации о новостях	1	2	7 ...
Получения справочных материалов	1	2	7 ...
Получения государственных услуг: запись к врачу, оплата налогов, оформление паспорта и т.д.	1	2	7 ...
Оплаты коммунальных услуг, мобильного телефона, управления счетом в банке и т.п.	1	2	7 ...
Бронирования билетов, гостиниц, заказа турпутевки и т.д.	1	2	7 ...
Использования облачных сервисов хранения и передачи данных	1	2	7 ...
Просмотра телевизионных программ	1	2	7 ...

¹¹Вопрос составлен по аналогии с вопросом 130 РМЭЗ

	Да	Нет	3/0
. Просмотра и скачивания картинок, музыки, фильмов, текстов	1	2	7
. Скачивания книг и чтения он-лайн	1	2	7
. Игр он-лайн, просмотра или скачивания игр	1	2	7
. Дистанционного обучения по какому-либо предмету, прохождения курса он-лайн	1	2	7
. Покупки товаров	1	2	7
. Получения других услуг	1	2	7
. Посещения сайтов социальных сетей	1	2	7
Для чего-то ещё.....	1	2	7

Рис. 13 – Вопрос составлен по аналогии с вопросом 131 РМЭЗ

A19¹² Как часто Вы заходите в Интернет - по работе или с личными целями - не важно, с какого устройства - компьютера, планшета, через смартфон или любое другое устройство?

- 1) Никогда
- 2) Изредка
- 3) Несколько раз в неделю
- 4) Почти каждый день
- 5) Каждый день
- 6) Затрудняюсь ответить

A20 Как часто в последние 12 месяцев Вы или члены Вашей семьи совершали покупку на крупном онлайн-сервисе, например, агрегаторе одежды, техники, не являющемся онлайн-магазином

	Часто	Время от времени	Редко	Никогда
....	1	2	3	4

Рис. 14 – Вопрос составлен по аналогии с вопросами 51-55 WVS и вопросом со стр. 32 RVC

¹²Вопрос составлен по аналогии с вопросом A2 ESS

A21 Насколько Вы удовлетворены качеством сервиса платформы в целом в настоящее время? Дайте по шкале на этой карточке

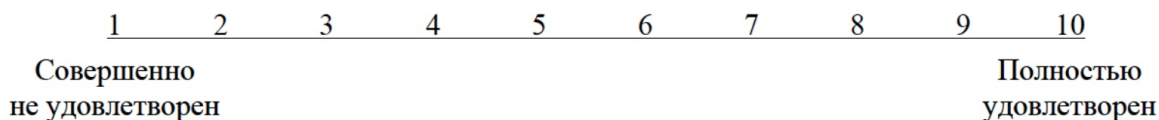


Рис. 15 – Вопрос составлен по аналогии с вопросами 49-50 WVS

A22¹³ В целом считаете ли Вы, что большинству продавцов платформы можно доверять или, напротив, нужно быть очень осторожным, имея дело с ними?

- 1) Большинству можно доверять
- 2) Нужно быть очень осторожными
- 3) Затрудняюсь ответить

Пример реализации опроса

Пример вопроса, аналогичного WVS (не используемый) ¹⁴ :

A22 На платформе в 80 случаях из 100 не возникает никаких проблем с работой. Выберите среднее качество агента, после которого вы готовы совершить сделку (среднее качество агента - количество транзакций из 100, где 100 означает "не было замечено ни одного подозрительного действия"):

Варианты (в процентах): 10, 30, 50, 70, 90

Рассмотрим сделку на платформе AAA без технических недостатков с продуктом BBB (например, 1-годовалый холодильник Bosch стоимостью 20 тыс. руб., с гарантией 5 лет). Представьте себя на месте человека, который заинтересован в данной сделке и даёт следующие ответы на вопросы:

¹³Вопрос составлен по аналогии с вопросом 57 WVS и RVC

¹⁴Проблема заключается в том, что по такой классической для WVS и ESS методике респонденты будут выбирать 90 в данном примере и во всех аналогичных, так как им сразу доступен весь спектр вариантов.

(Пример используемой реализации опроса):

Фаза 1

1.1 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 0 (никто) когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 0 (никогда) случаев из 100 встречается неполадка¹⁵ при работе с платформой

Ответ: Да

1.2 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 0 (никто) когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 10 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

1.3 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 0 (никто) когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 20 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

1.4 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 0 (никто) когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 30 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

1.5 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 0 (никто) когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 40 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

1.6 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 0 (никто) когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 50 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

1.7 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 0 (никто) когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 60 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Нет

IV..1 (вопрос для проверки состоятельности предпочтений агента)

1.7 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 0 (никто) когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 50 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

Это вопрос, который проверяет монотонность (свойство положительного ответа) предпочтений респондента и адекватность заполнения опроса: мы предполагаем отсутствие *risk-prone* людей, и если человек соглашается на риск больший, чем в ситуации, где он не решился идти на риск, то такой респондент не учитывается в результатах.

Фаза 2

2.1 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 10 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 50 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

2.2 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 20 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 50 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

2.3 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 20 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 50 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

2.4 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 30 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 50 случаях из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Нет

2.5 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 30 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 40 случаях из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Нет

2.6 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 30 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 40 случаях из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Нет

2.7 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 30 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 30 случаях из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

2.8 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 40 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 30 случаях из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

2.9 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 50 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 30 случаях из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Нет

2.10 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 50 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 20 случаях из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

2.11 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 60 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 20 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

2.12 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 70 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 20 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Нет

2.13 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 70 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 10 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

2.14 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 80 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 10 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Нет

2.15 Вы готовы осуществить сделку, если

- 1) В среднем из 100 человек 70 когда-либо совершали подозрительные сделки
- 2) В среднем в 0 случаев из 100 встречается неполадка* при работе с платформой

Ответ: Да

Иллюстрация актуальности темы экономики совместного потребления для России

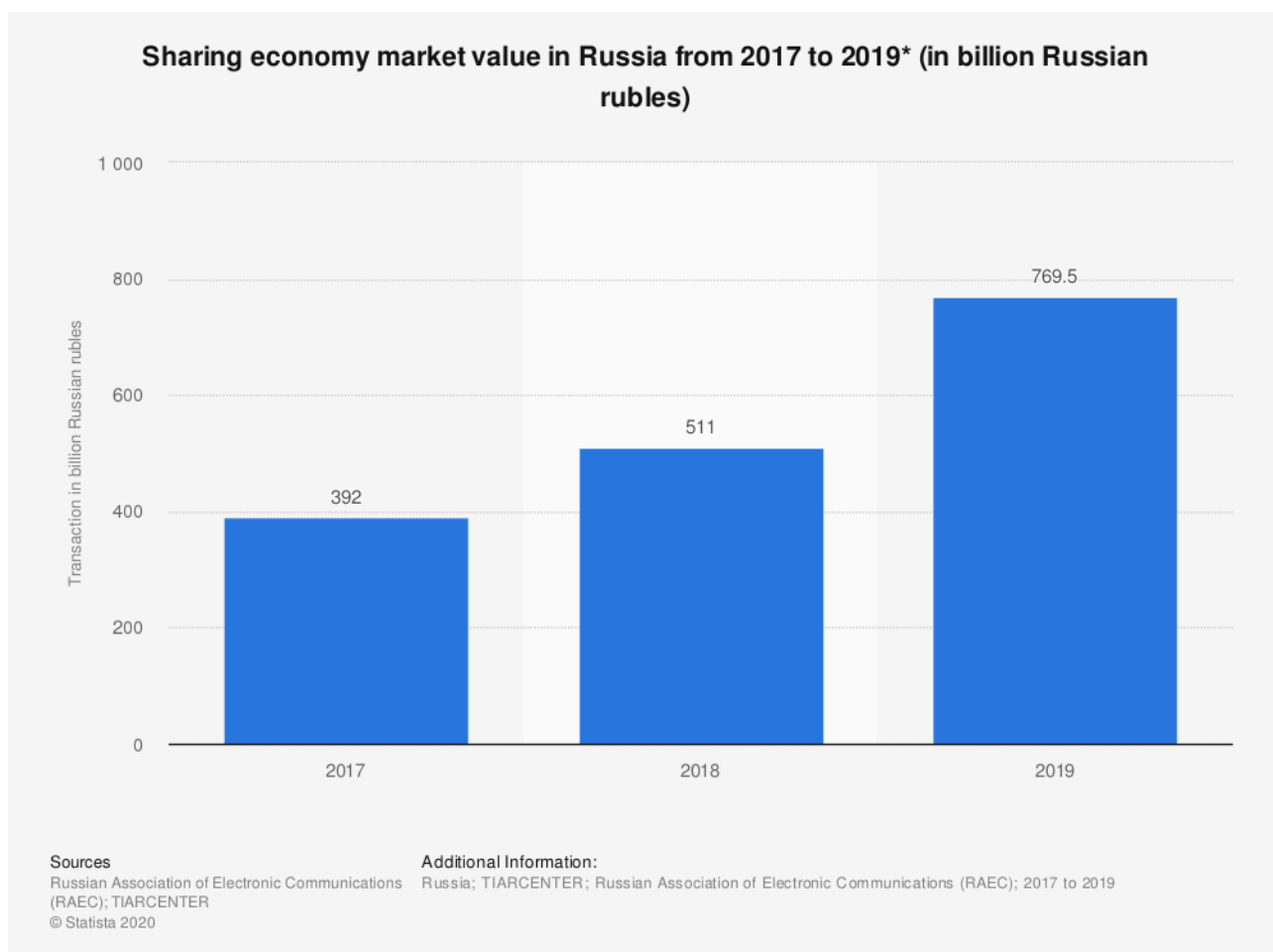


Рис. 16 – Иллюстрация значимого роста экономики совместного потребления в России

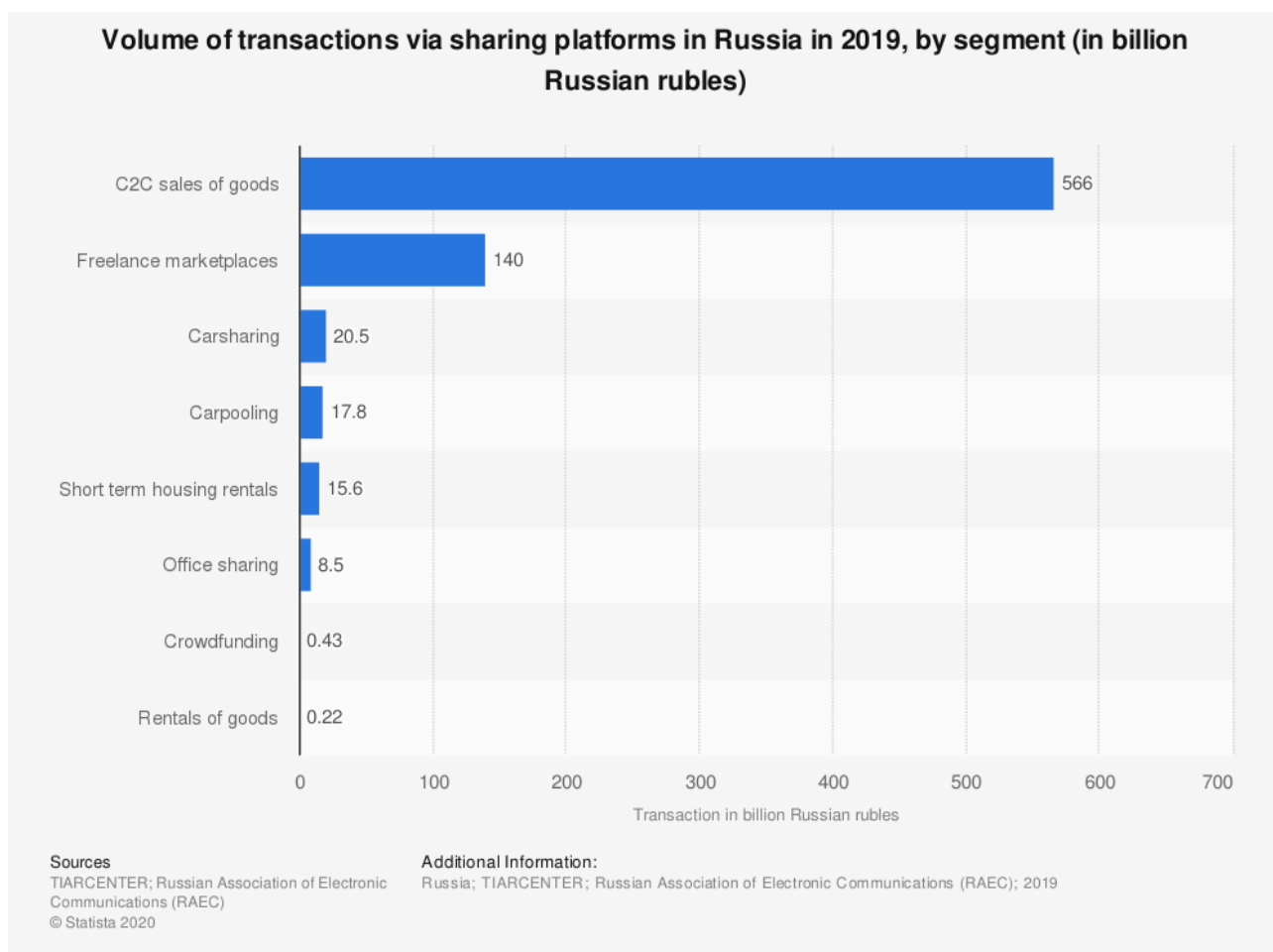


Рис. 17 – Иллюстрация долей экономики совместного потребления в России по секторам

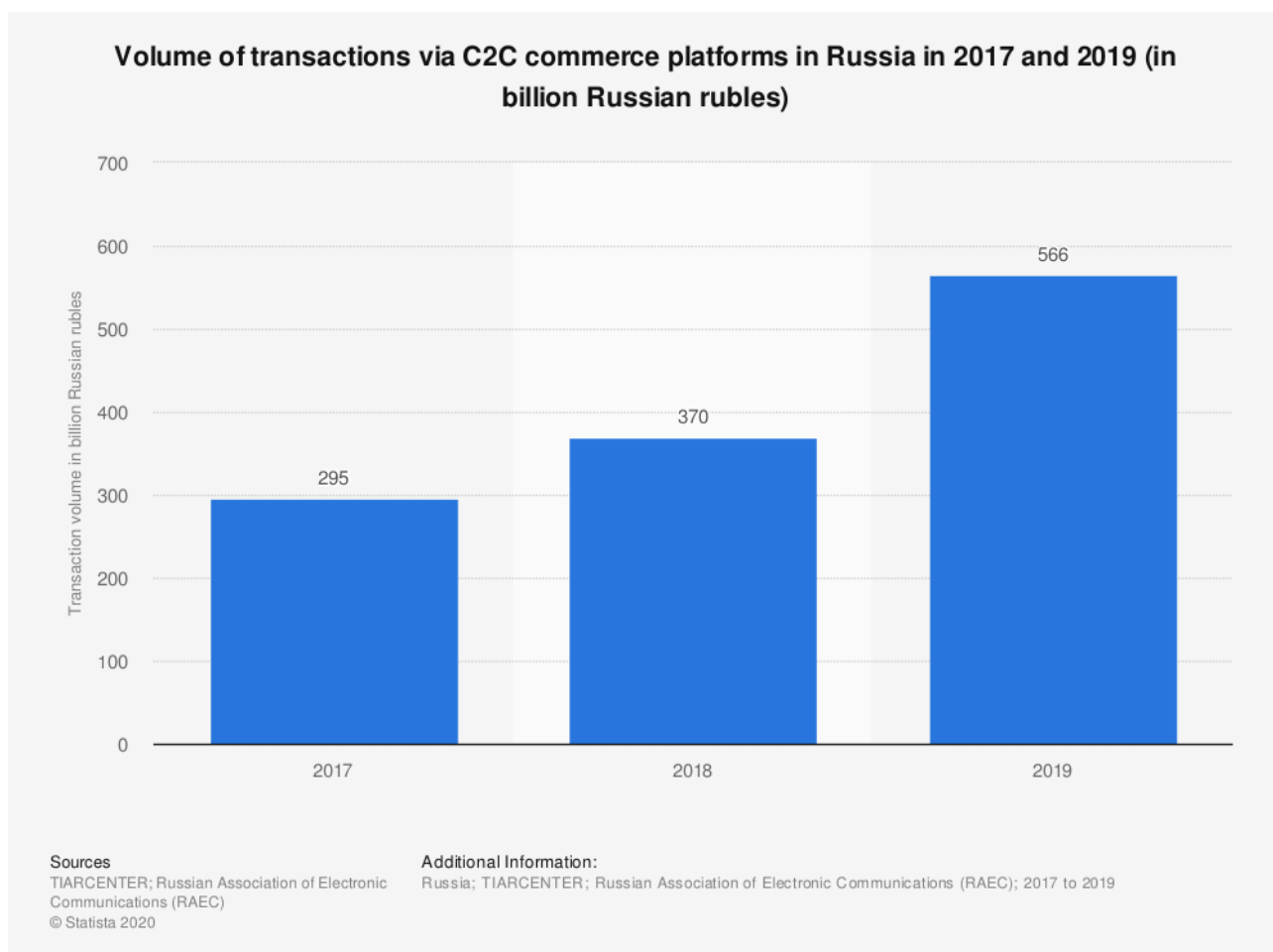


Рис. 18 – Иллюстрация роста C2C рынка в России