



Новая парадигма просочилась куда дальше недвижимости. С машинами, например, старый идеал – покупка авто после окончания школы, чтобы ездить с друзьями и на свидания, рушится. По данным Лейси Плеш, старшего экономиста Edmunds.com, доля новых машин, купленных американцами в возрасте от 18 до 34 лет, упала с 16% в 2007-м до 12% в прошлом году.

Нынешнее поколение, растущая экономическая сила в Америке, культурно программируется брать в долг, арендовать и делить. Они не покупают газет, они читают

и выкладывают новости через Facebook и Twitter. Они не покупают DVD-диски, они смотрят фильмы онлайн. Они не приобретают CD, а подписываются на музыкальные порталы вроде Spotify или Pandora (или просто воруют музыку).

23-летняя Сабрина Эрнандес работала в Starbucks, но возвращаться обратно она не намерена – с осени она делает \$1200 в месяц, просто предоставляя жилище в своей квартире собакам через DogVacay. «Это дает намного больше, чем работа в сфере обслуживания», – рассказывает она.

Хотя более мелкое сегментирование рынка – вызов для этого бизнеса, ведь транзакция должна быть достаточно легкой и понятной, чтобы оправдать усилия владельца. Некоторые стартапы имели успех в нише дорогих товаров, например, элитные спортивные товары, товары питания, музыкальное оборудование и инструменты. «Главная ценность здесь в том, что не нужно ничего арендовать», – говорит Рон Уильямс, соучредитель и гендиректор SnapGoods, запущенного в 2010 году сервиса, где соседи одалживают друг другу предметы пользования. – Вы работаете с конкретной категорией людей, например фотографами, которые путешествуют и нуждаются в оборудовании».

Чтобы повысить спрос, Уильямс сделал следующий шаг: начал работать в партнерстве с производителями и ретейлерами, которых стеснила экономика совместного пользования, чтобы превратить свой сайт в инструмент для продажи, теперь с его помощью можно попробовать товар, прежде чем его покупать.

Определенно Уильямс найдет восприимчивый рынок. Пока только отели позволяют регулирующим органам делать всю «грязную работу», например, по Airbnb, но другие индустрии вообще обходятся без этого.

Автоиндустрия – самая показательная. Помимо приобретения Zipcar компанией Avis производитель Mercedes автоконцерн Daimler быстро расширяет свой сервис car2go, позволяющий брать авто Smart Fortwo в аренду поминутно. Сервис разработан для езды на более короткие расстояния, чем Zipcar. Он дебютировал в 2009 году в немецком Гамбурге и городе Остин, штат Техас, сейчас работает уже в 18 городах, девять из которых в Америке. За 38 центов в минуту car2go предоставляет саму машину, а также бензин, страховку и паркинг. Дополнительный бонус в том, что пользователям не обязательно возвращать машину туда, откуда они ее взяли, и резервировать заранее. «Заметный интерес проявляют и

другие регионы. Сейчас мы ведем переговоры с рядом городов Северной Америки и других стран», – говорит Николас Кол, гендиректор car2go в США.

Между тем компания Home Depot также предоставляет продукцию в аренду – от грузовиков до пил и дрелей – в половине своих 2 тыс. магазинов. Как заявляет Майкл Джонс, директор отделения аренды Home Depot, компания подчеркнуто поддерживает ассортимент продукции в аренду на высоком уровне, и это преимущество над совместным использованием.

Корпоративная Америка копирует экономику совместного пользования. General Motors оперативно и в полной мере использует этот рынок. В конце 2011 года компания вложила в \$3-миллионном раунде привлечения инвестиций в RelayRides, представленного в тысячах городов. Причина? Маркетинг. General Motors надеется, что после совместного использования машины Chevy люди в конечном итоге захотят купить ее. Вдобавок General Motors может стимулировать продажи, продвигая идею, что новая машина сможет приносить дополнительный приток прибыли от аренды. Кстати, теперь авто можно даже открыть с помощью приложения RelayRides на iPhone благодаря системе General Motors OnStar. «Это партнерство позволяет компании продавать то, что они действительно желают – мобильность», – говорит основатель RelayRides Шелби Кларк.

Экономисты тем временем недоумевают: как же проводить оценку деятельности в этой сфере? «Нужно изобретать новую экономическую дисциплину, чтобы точно знать влияние экономики совместного пользования», – считает Арун Сундараджан, профессор Штернской школы бизнеса при Нью-Йоркском университете, изучающий этот феномен. Самый большой вопрос для академика – создает ли все это новую индустрию или вытесняет уже существующие предприятия?

Однозначный ответ: и то и другое. Это пример «классического

разрушения». Возможен некоторый негативный эффект для экономики в краткосрочной перспективе, ведь люди редко покупают вещь в итоге. (Как показало исследование Калифорнийского университета в Беркли, на одну машину вроде Zipcar приходится 9–13 авто, которые владельцы не покупают.) Но в долгосрочной перспективе экономическая эффективность будет, а это хорошо в итоге для всех.

В прошлом году Airbnb профинансировала исследование своего экономического воздействия на Сан-Франциско и обнаружила «добавочный эффект» – поскольку Airbnb дешевле, чем отель, люди остаются на более долгий срок и тратят в городе больше денег, чем постояльцы отелей: в среднем \$1100 против \$840. Причем 14% клиентов признались, что без Airbnb не посетили бы Сан-Франциско вовсе. «В нашей экономике еще не было случая, чтобы более рациональное использование активов приводило к большему количеству рабочих мест», – говорит Роберт Аткинсон, президент Фонда информационных технологий и инноваций.

Возможно, незачем будет даже делить мир на частные лица и корпорации. Многие критики заявляют, что Airbnb и подобные ему всего лишь краткая мода в кризисные времена. (Отчет Airbnb выявил, что 42% владельцев домов используют вырученные средства для того, чтобы оплачивать ежедневные расходы.) Безопасность, качество товара и поддержка клиентов по-прежнему остаются сферами, ненадежными для сайтов.

**“НУЖНА НОВАЯ
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
ДИСЦИПЛИНА,
ЧТОБЫ ТОЧНО
ЗНАТЬ ВЛИЯНИЕ
SHARE ECONOMY**

Имеет место и проблема с регулированием. Нью-Йорк и Сан-Франциско, подкрепленные давлением раздраженных соседей, ввели законы, которые препятствуют сдаче домов в аренду на короткий срок. Калифорния подала в суд на ряд сервисов по сдаче машин в аренду за деятельность без лицензии такси. Также есть множество налоговых вопросов. Один из них: нужно ли взимать с Airbnb те же налоги, что и с местных гостиниц?

Гендиректор SideCar Сунил Пол, который продал два стартапа (один из них FreeLoader, основанный совместно с Марком Пинкусом в 1995 году, продан за \$38 млн), уверен, что регулирующие органы очень скоро переймут инновации. «Им нужно понять, что правила, которые использует Комиссия по вопросам коммунального обслуживания Калифорнии, были изобретены для эры дорог и телефонов. Мы сейчас переходим в новую эру», – говорит он.

Люди менялись друг с другом даже до того, как появились деньги. Фигурально говоря, новые технологии лишь стали маслом в колесах этих древних транзакционных механизмов. Даже если рост приостанавливается, это не меняет того факта, что обмен с другими людьми – еще один путь делать бизнес.

27-летний Дилан Роджерс, директор по продажам в Чикаго, начал сдавать свой BMW 6-й серии на RelayRides, потому что не использовал его так часто, как намеревался. Сейчас он получает от этого \$1000 в месяц, что с лихвой покрывает расходы на содержание и прочие издержки. Недавно он купил Jeep и планирует еще добавить Charger специально для сдачи в аренду. Его цель – зарабатывать \$40 тыс. в год на своем парке из трех машин. «Я хочу авто, полезные для рынка», – говорит он. И кем же считать Роджерса – индивидуальным предпринимателем или маленькой компанией по сдаче в аренду? В любом случае нет ничего, что могло бы помешать ему использовать экономику совместного пользования и создать следующий Hertz. ■