

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. ■