

**Влияние технологий на изменение поведения потребителей: экономика  
совместного пользования**

**Научный руководитель – Зырянов Владимир Викторович**

***Нестерова Елизавета Ильинична***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический  
факультет, Москва, Россия

*E-mail: nesterova03eliz@mail.ru*

Еще в 2011 году экономика совместного пользования была названа журналом Time одной из 10 идей, которые изменят мир [8]. Ученые и практики все больше внимания уделяют оценке всего спектра приложений экономики совместного пользования и их влиянию на общество уже на протяжении десятилетия. Сторонники экономики совместного пользования утверждают, что ее быстрый рост заново изобрел деловую активность и отношения между продавцами и клиентами, а связанные с ней подрывные инновационные бизнес-модели создали огромные экономические и общественные выгоды [2].

Развитие шеренговых форм потребления получило новый импульс благодаря ряду взаимосвязанных обстоятельств.

Во-первых, в условиях наступления цифровой эпохи новые технологии расширили возможности потребителей. Используя смартфоны, потребители могут изучать продукцию, задавать вопросы о продажах и покупать товары независимо от того, где они находятся и чем занимаются. Например, время, затрачиваемое на дорогу на работу в поезде или автобусе, значительно изменилось благодаря технологиям и подключенным устройствам. Согласно исследованию Центра экономики и бизнес-исследований, британские потребители тратят более 22,8 миллиарда фунтов стерлингов в год на покупки в Интернете, пользуясь общественным транспортом [5].

Во-вторых, потребители стали использовать несколько устройств. В 2019 году на долю мобильных гаджетов приходилось 50,44% всего мирового интернет-трафика и 77% всех цифровых минут в США [5]. Наряду с ростом проникновения планшетов и смартфонов, потребители используют широкий спектр функций устройств для выхода в интернет и покупки товаров. Потребители не используют один гаджет на протяжении всего пути покупателя. Согласно отчету Google, 90% потребителей используют более одного устройства для выполнения одной задачи в Интернете [6]. Покупатель, желающий приобрести товар, может начать свой путь, увидев рекламу по телевидению и изучая товары с помощью смартфона. После оценки различных товаров они могут использовать ноутбук для проверки цен и завершения покупки.

Третий тезис отражает возможность получения той или иной услуги, продукта, попросту войдя в сеть Интернет, все, что нужно - быть зарегистрированным на данном сайте и виртуально подписать пользовательское соглашение. Например, Airbnb, ведущая платформа по обмену жильем, имеет более трех миллионов объявлений на своей платформе, и ее пользователи размещают более 150 миллионов гостей по всему миру [7]. Кроме того, Uber, платформа для обмена поездками, работает более чем в 50 округах и 250 городах по всему миру, а ее валовые заказы в 2016 году удвоились и составили не менее 20 млрд долларов. Согласно исследованию, проведенному Гринвудом и Ватгалом [3], Uber способен снизить уровень дорожно-транспортных происшествий, связанных с употреблением алкоголя.

Четвертый тезис связан с тем, что значительное влияние развития технологий на изменение поведения потребителей связано с увеличением доходности компаний и организаций, которые используют шеренговые технологии. По данным исследования, проведенного Institute of research advances, пять ключевых секторов экономики совместного пользования - путешествия, использование автомобилей, финансы, подбор персонала, а также потоковое воспроизведение музыки и видео - имеют потенциал для революционного изменения промышленного ландшафта благодаря росту глобальных доходов с \$15 млрд в 2015 году до примерно \$335 млрд в 2025 году [7].

Таким образом, технологии совместного пользования имеют огромный потенциал, позволяющий отвечать на вызовы современной эпохи. Так, благодаря использованию и внедрению шеренговых технологий, фирмы и предприниматели сокращают время потребителей в офлайн-магазинах, а также увеличивают доходность своих компаний [6]. Оценивая влияние цифровых технологий на изменения потребительского поведения, можно сделать вывод, что общая технологическая среда позволяет организациям и IT-платформам объединять ресурсы и стимулировать инновации. Стандартизированные и модернизированные методы ведения бизнеса могут обеспечить новую эффективность, а совместные платформы позволяют улучшать конструктивные особенности интерфейса сайтов и безопасность (наличие отзывов и рекомендаций) [1]. Несмотря на то, что некоторые интересные исследования, посвященные изучению поведения пользователей в сфере совместного использования IT-платформ, уже были представлены и опубликованы, выделяют множество феноменов, которые еще не были разобраны в полной мере. Существуют проблемы, связанные с тем, как привлечь пользователей и поставщиков услуг к использованию новой коммерческой платформы совместного пользования и оптимизировать их выгоды от данной платформы совместного пользования [4].

#### Источники и литература

- 1) Bae S.J., Lee H., Suh E.K., Suh K.S. Shared Experience in Pretrip and Experience Sharing in Posttrip: A Survey of Airbnb Users // Information & Management. 2017. Vol. 54 No. 6. P. 714-727.
- 2) Belk R. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online // Journal of Business Research. 2014. Vol. 67 No. 8. P. 1595-1600.
- 3) Greenwood B.N., Wattal S. Show Me the Way to Go Home: An Empirical Investigation of Ride-Sharing and Alcohol Related Motor Vehicle Fatalities // MIS Quarterly. 2017. Vol. 41 No. 1. P. 163-187.
- 4) Lambertson C.P., Rose R.L. When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems // Journal of Marketing. 2012. Vol. 76 No. 4. P. 109-125.
- 5) The impact of technology on consumer behavior. URL: <https://thekeenfolks.com/the-impact-of-technology-on-consumer-behaviour/> (accessed: 02.03.2022).
- 6) The sharing economy. PricewaterhouseCoopers LLP. URL: <http://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf> (accessed: 01.03.2022).
- 7) Zervas G., Proserpio D., Byers J.W. The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry // Journal of Marketing Research. 2018. Vol. 54 No. 5. P. 687-705.
- 8) 10 Ideas That Will Change the World. URL: [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521\\_2059717\\_2059710,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html) (accessed: 01.03.2022).