требностях), связанных с определенными услугами или товарами,— объясняет руководитель проекта Василина Вдовина.— По сути, все эти авторы — потенциальные клиенты для бизнесов из соответствующих отраслей. Нужно просто аккуратно предложить им услуги, которые они ищут». Оказалось, что Leadscanner подходит и для C2C-сегмента. Пользователи могут находить клиентов в 14 областях: организация путешествий, изучение языков, услуги репетиторов, врачей, стоматологов, юристов, финансовые услуги, ремонт компьютеров, услуги фотографов и видеооператоров, услуги по подбору персонала и бытовому ремонту и др. «В основном это частные предприниматели, работающие сами на себя, или небольшие компании»,— объясняет госпожа Вдовина. По ее мнению, покупатели будут становиться все требовательнее и ленивее. «Уже сейчас мы наблюдаем, что многие предпочитают написать во „ВКонтакте“ или Facebook, например, что они ищут строительную бригаду или репетитора по английскому, и получить тут же предложения, чем осуществлять активный поиск, просматривая сотни сайтов или объявлений. Социальные сети начинают превращаться в каком-то смысле в те самые доски объявлений»,— замечает она. Сегодня Leadscanner зарабатывает, беря оплату за лид потенциального клиента. Стоимость одного лида — 30 руб. «Сейчас мы тестируем и модель подписки на безлимитный доступ к потоку лидов. В следующем году планируем выйти на англоязычные рынки, где конкуренция в этой области только зарождается»,— делится Василина Вдовина.

ПРАВО НА ТРУД Один из основателей онлайн-сервиса YouDo, Денис Кутергин, вспоминает, что еще два-три года назад P2P-модель среди венчурных фондов считалась самой перспективной. «С учетом экономических кризисов и перераспределения моделей потребления прогнозировалось, что проекты, которые станут платформами для взаимодействия людей по P2P-модели, ближайшие, как минимум, пять лет будут очень востребованными. На деле все получилось немного по-другому и успешных проектов в мире, по крайней мере в сфере бытовых услуг, не так много». Сам проект YouDo довольно успешен. С помощью YouDo пользователи могут найти себе исполнителя какой-нибудь работы (например, бытовой ремонт, доставка, переезд и т. д.) или самим стать исполнителями и получить дополнительный источник заработка. По словам господина Кутергина, на сайте зарегистрированы 30 тыс. пользователей, ежедневно публикуется тысяча новых заданий, а доходы компании ежегодно удваиваются. YouDo списывает 15% от стоимости заказа с личного счета исполнителя. «Проблема в том, что самый большой противник рынка — правовая база. В отличие от Запада, у нас нет юридического понятия самозанятости, а оплата между физическими лицами запрещена».

ДЕНИС ВЫШИНСКИЙ

КОММУНИСТИЧЕСКИЙ ПРИНЦИП СОВМЕСТНОГО ВЛАДЕНИЯ РЕСУРСАМИ И ОБЩЕСТВЕННОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ НАХОДИТ НОВОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ В КОНЦЕПЦИИ SHARING ECONOMY

Чтобы не стать объектом внимания налоговых органов, Денис Кутергин советует устраниться от трансакций между пользователями, ограничившись предоставлением удобной площадки. «Хотя для самих пользователей было бы удобнее, если бы трансакции шли через нас: для пользователей мы являемся гарантом, что они не будут обмануты»,— замечает господин Кутергин. По признанию Татула Аджамяна, для Будиста.ру одна из главных трудностей — дороговизна телекома. «Так, нам дешевле из Москвы позвонить в США, чем в соседнюю Беларусь. Чем развитее инфраструктура страны, тем дешевле там телеком. Другая сложность — это слаборазвитая финансовая система: пока мало людей пользуются картами для микроплатежей. Но все сложности преодолимы, нужно только время и гибкие подходы. Так, например, с развитием сетей 4G и выше стоимость GSM-звонков становится некритичной».

ПОЛЬЗОВАТЬСЯ, А НЕ ВЛАДЕТЬ Пользователи не ограничиваются продажей услуг и товаров друг другу. Онлайновые и мобильные платформы помогают движению на разумное и ответственное потребление, которое сильно в развитых странах — США, Скандинавии, кое-где в Европе. Этот тренд создает новый тип экономики — Shared Economy, или экономику совместного потребления, по правилам которой людям уже не очень хочется владеть вещами, они готовы брать их во временное пользование и передавать другим. Патрик Регард, глава стратегического маркетинга Ericsson и руководитель лаборатории Networked Society, уверен, что появление новых сервисов и развитие «облачных» технологий в корне меняет парадигму «владение-пользование»: потребители все больше отдают предпочтение форматам аренды, подписки или временного пользования, будь то медиа, ПО, машины или квартиры. «Таким образом, появляются новые бизнес-модели, целые отрасли, в основе которых технологии, соединяющие общество. Сегодня мы говорим о развитии экономики совместного потребления. Интернет позволяет легко обмениваться информацией и открывает возможность не приобретать в собственность транспорт и другие вещи, пригодные для совместного использования»,— замечает он. Патрик Регард приводит в пример всем известные Airbnb и Uber, которые работают по этой модели. По его словам, идея совместного использования автомобилей и велосипедов кажется привлекательной двум третям пользователей смартфонов. «Однако это только верхушка айсберга: существует целый ряд платформ и проектов, предлагающих вам возможность поделиться чем-то. Например, такие сервисы, как yerdle.com, меняют специфику товарооборота в принципе. Я уверен, что мы находимся только в начале новой эры экономики совместного потребления. Распространение технологий стимулирует дальнейшие инновации, полностью меняя модель потребления и владения».

Именно в соответствии с этим принципом работают AirBNB и HomeAway, транспортные стартапы категории Driveshare (ZipCar, ZimRide — для водителей, готовых взять попутчиков за небольшую плату) и т. д. Один из самых горячих трендов — carsharing-сервисы типа Getaround, которые позволяют автовладельцам сдавать свои машины в аренду другим водителям на несколько часов или даже недель.

Yerdle.com — американский стартап, запущенный в ноябре 2012 года. Пользователи Yerdle обмениваются своими вещами совершенно бесплатно, причем не только ненужным хламом, но и, например, дорогой техникой, которая по каким-то причинам им больше не нужна. Заявленная миссия стартапа — снизить количество покупок новых вещей на 25%. Пока стартап работает только на территории США, которые, похоже, являются теперь и колыбелью peer-to-peer платформ.

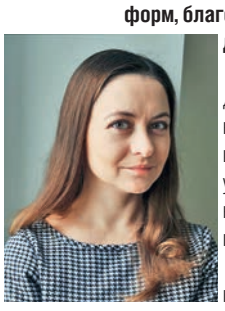
«Большинство людей признают, что совместное потребление — это реальность, поэтому экономика должна начинать думать о том, как адаптироваться к этой новой реальности. Думаю, что такой основной показатель эффективности экономики страны, как ВВП, должен быть пересмотрен. ВВП должен быть реформирован, чтобы отражать новые возможности, которые приносят ИКТ, влияя на рост экономики. ИКТ-решения позволяют сотрудничать в области экономики и добиваться больших результатов при использовании меньшего количества ресурсов. Это повлечет за собой корректировку расчета ВВП с учетом ключевых факторов»,— считает господин Регард.

Одна из главных проблем совместного потребления — проблема доверия, которая, возможно, станет серьезным препятствием для развития рынка в России. Даже более традиционный сегмент в мире P2P-бизнеса — микрокредитование — в нашей стране пока не столь популярен. Если пионер P2P-кредитования британский проект Zopa привлекает инвестиции на сотни миллионов долларов, то в России вообще подобных сервисов всего несколько и все они страдают от отсутствия правовой базы: поскольку пользователи-кредиторы не являются юридическими лицами, то у них нет должных инструментов для взыскания долгов.

Однако Филип Энгельберт уверен, что развитие C2C-платформ уже не остановить, тем более во время экономического кризиса. «Это рынок безграничных возможностей. Даже в критические моменты мы обычно только выигрываем: можно вспомнить 2009 год, который стал для нас отличным стартом. Тогда из-за кризиса люди не спешили тратить деньги на новые вещи и в то же время стремились заработать на чем-то. Avito стал для них площадкой, где можно мгновенно продать ненужные товары, сразу же приобрести необходимое по выгодной цене и даже заработать дополнительные деньги». Татул Аджамян смотрит еще глубже и считает, что C2C-модели смогут занять ниши, которые для B2C-бизнесов сложны или даже недоступны. «Каста в Индии или деревня в Казахстане, где все друг друга знают и придерживаются строгих общественных правил, могут лучше друг друга застраховать на случай несчастий. Они просто собирают с миру по нитке, когда сородич попадает в беду. При этом страховые компании бы туда просто не смогли зайти. Интернет дает большие возможности в этой области». ■

P2P-БИЗНЕСЫ И НОВАЯ ИНДУСТРИАЛЬНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

Сейчас происходит переход от массового производства и доминирования корпораций на рынке потребительских продуктов к индивидуализации производства, распространению «новых ремесленников» и бизнесу между отдельными людьми. За этим стоит тренд P2P (person to person, peer to peer), где взаимодействие происходит между людьми на основе интернет-платформ, благодаря чему локальные производители получают доступ к глобальному рынку.



Компании, предлагающие площадки для бизнес-взаимодействия между людьми, набирают обороты, чем привлекают инвесторов. Так, в 2013 году компания Airbnb привлекла инвестиций на $206 млн, в 2014-м получила следующий раунд в $450 млн. Британский сервис P2P-кредитования Zopa насчитывает 130 тыс. пользователей, и ожидается, что в 2014 году его доход удвоится и составит $17 млн.

Предпринимателей привлекает легкость, с которой сейчас можно открыть свое дело: для каждого вида деятельности есть площадка, на которой можно продаваться и продвигаться, для этого больше не надо инвестировать в отдельный сайт. Например, для рукодельниц и мастеров существуют etsy.com и «Ярмарка мастеров» (livemaster.ru), для продавцов — ebay.com и avito.ru, для помощников — youdo.ru, для арендодателей — airbnb.com (жилье), happydesk.com (рабочее место), Roost.com (склад).

Наряду с преимуществами бизнес между людьми имеет и существенные недостатки. Среди них прежде всего сложность с масштабируемостью бизнеса: редкая хозяйка, пекущая вкусное печенье для семьи и друзей, сможет повторить его в масштабах производства без потери качества. К тому же есть проблема и со стабильностью поставок: отдельный мастер может, например, запить и не выполнить работу, в то время как компания бы заменила его другим. Впрочем, как показывает опыт, компании тоже иногда проваливают подобные задачи. Важным аспектом являются злоупотребления: виртуальные персонажи и даже реальные люди не так берегут свою репутацию, как компании, и могут быть склонны к быстрому, пусть и нечестному, заработку. Эти ограничения уже стимулировали переход от досок объявлений к платформам, осуществляющим контроль выполнения договоренностей сторонами, и далее развиваются к более сложным формам P2P-платформ, помогающим взаимодействовать не только на уровне «человек—человек», но и «человек—сообщество», «сообщество—сообщество», то есть в сторону крауд-экономики (от англ. crowd — «толпа».— **„Ъ“**). Даже в такой сложной области, как инвестиции и финансирование стартапов, подобные проекты могут иметь успех. Так, например, краудинвестинговая площадка Crowdcube (Великобритания), которая помогает предпринимателям привлекать финансирование, объединяет почти 120 тыс. инвесторов, сумма инвестиций через нее уже составила £75 млн. В отдельный проект вкладывали от £12 тыс. до £1,2 млн.

Отдельное направление, в котором развиваются P2P-платформы,— это взаимодействие индивидуальных производителей с компаниями и обеспечение их встраивания в существующие цепочки создания ценности. В качестве примера — mabius.ru, компания, помогающая людям с идеями найти производителя, который заинтересуется ее реализацией.

Во многом быстрый рост P2P-бизнесов основан на низких издержках предпринимателей по входу в бизнес и выходу из него, а также на возврате к привычной бизнес-модели, существовавшей многие тысячелетия: продажа товаров и услуг одним человеком другому. Человечество приходит к тому, с чего начинало, но на совершенно другом уровне: интернет предоставляет неограниченные возможности по покупке или продаже, и для каждого продавца найдется где-то в мире свой покупатель. И под каждый запрос где-то есть предложение: с индивидуализацией производства благодаря частным производителям и низкими издержками по распространению информации и ее поиску весь длинный хвост Парето будет наконец обслужен — вне зависимости от ваших вкусов и идей среди 7,2 млрд человек найдется далеко не один, с кем вы в них совпадете. Для отдельного человека это означает рост возможностей для собственного бизнеса: благодаря интернету сейчас как никогда просто найти своего потребителя и достучаться до него. Для компаний это неограниченный источник идей для расширения и возможность для тестирования гипотез, расширение ассортимента при помощи микропредпринимателей, собираемых под своим брендом или на своих производственных мощностях. Для интернет-компаний популяризация P2P — это уже большой бизнес по созданию торговых площадок: по оценке The Wall Street Journal, доход Airbnb в 2013 году составил $250 млн и в этом году, очевидно, только рос.

Но P2P шире, чем бизнес. Во многом он дополняет и в перспективе отчасти подменяет функции различных институтов и систем. Денежно-кредитную: кредитование уже функционирует — так, в Великобритании есть даже ассоциация P2PFA, объединяющая сервисы по кредитованию, электронную валюту биткоин тоже можно отнести к P2P, инвестиционная деятельность, осуществляемая посредством краудфандинга. Социальную: все так или иначе сталкивались с призывами помочь в лечении, приютам, бездомным или домам престарелых. Образовательную: мастер-классы на YouTube, курсы и даже университеты (Khan Academy), созданные отдельными энтузиастами. И даже финансирование инноваций зачастую происходит частными людьми, увлекшимися идеей.

Со временем это приведет к созданию параллельной глобальной банковской системы, системы социальной защиты, медицинской и образовательной систем и даже системы обеспечения безопасности (с распространением интернета вещей), которая становится все более глобальной задачей, и в конце концов — глобального интернет-государства. И вопрос только в том, какая компания раньше увидит будущее этого рынка и станет его лидером, формирующим правила игры. Или, вполне возможно, развитие будет происходить спонтанно, а рынок — консолидироваться по мере зрелости.

МАРГАРИТА ЗОБНИНА, РУКОВОДИТЕЛЬ ДЕПАРТАМЕНТА ИССЛЕДОВАНИЙ ФРИИ