

Ольга С. Марченко

НОВА ЕКОНОМІКА МАСОВОЇ СПІВПРАЦІ ЯК ФОРМА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ЛЮДИНИ

У статті розкрито зміст нової економіки масової співпраці як системи соціально-економічних відносин з продукування, розподілу, обміну і споживання різноманітних послуг на базі залучення через Інтернет великої кількості людей та їх безпосередній участі у послуговій діяльності як продуцентів і споживачів різних послуг. Доведено, що нова економіка масової співпраці є формою та чинником глобалізації економічної ролі людини.

Ключові слова: нова економіка масової співпраці; наноекономіка; глобальний підхід; послуги; краудсорсинг; Інтернет-платформа.

Літ. 15.

Ольга С. Марченко

НОВАЯ ЭКОНОМИКА МАССОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА КАК ФОРМА ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА

В статье раскрыто содержание новой экономики массового сотрудничества как системы социально-экономических отношений по производству, распределению, обмену и потреблению разнообразных услуг на основе привлечения через Интернет большого количества людей и их непосредственного участия в служебной деятельности в качестве продуцентов и потребителей различных услуг. Доказано, что новая экономика массового сотрудничества является формой и фактором глобализации экономической роли человека.

Ключевые слова: новая экономика массового сотрудничества; наноэкономика; глобальный подход; услуги; краудсорсинг; Интернет-платформа.

Olga S. Marchenko¹

NEW ECONOMY OF MASS COLLABORATION AS A FORM OF GLOBALIZATION OF HUMAN ECONOMIC BEHAVIOR

The article reveals the essence of new economy of mass collaboration as a system of social and economic relationships regarding production, distribution, exchange and consumption of different services on the basis of the involvement of resources of a considerable amount of people via Internet and their direct participation in service activities as producers and consumers of different services. The author argues that new economy of mass collaboration is a form and a factor of globalization of the human economic role.

Keywords: new economy of mass collaboration; nano-economy; global approach; services; crowdsourcing; Internet platform.

Постановка проблеми. Економіка як сфера життєдіяльності суспільства представлена різноманітними видами, формами та механізмами господарської діяльності економічних суб'єктів, взаємопов'язаних спеціалізацією та кооперуванням праці, результуючим показником якої є суспільний продукт. За об'єктами дослідження теорія економіки має нано-, мікро-, мезо- макро- та мегарівні.

У сучасний період макро- та мегаекономічні дослідження переважно спрямовано на розкриття засад, форм та напрямів економічної глобалізації як процесу інтернаціоналізації національної економіки та формування на цій

¹ Yaroslav Mudryi National Law University, Kharkiv, Ukraine.

основі глобального економічного простору – системи економічних відносин, що мають наднаціональний (світовий) характер. На нашу думку, глобальний підхід до економіки не можна обмежувати макро- і мегарівнями дослідження. Процеси глобалізації охоплюють всі рівні економіки: підприємства (мікро-економічний рівень дослідження) виступають суб'єктами різноманітних форм міжнародних економічних відносин, є активними учасниками міжнародного виробничого і науково-технічного співробітництва; розвитку регіонів, галузей і секторів національної економіки (мезоекономічний рівень дослідження) також притаманна тенденція інтеграції у глобальний економічний простір.

Застосування глобального підходу є важливим і для дослідження економічної поведінки людини (наноекономічний рівень) в умовах постіндустріальних трансформацій. Наноекономіка набуває глобального характеру, що актуалізує дослідження нових форм та чинників економічної поведінки людини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В умовах інформаційного суспільства глобалізації економічної поведінки людини сприяє формуванню нової економіки масової співпраці (вікіноміки), яка, за визначенням Д. Тапскотта та Е.Д. Уільямса, спирається на ресурси Інтернет та має глобальний характер. На їх думку, внаслідок глибоких змін у технології, демографії, бізнесі, економіці та світі в цілому ми ступаємо в нову еру, коли ступінь участі людей в економіці є великою, як ніколи раніше [11]. Але наноекономічний рівень дослідження глобалізаційних процесів поки ще залишається майже не реалізованим сучасною економічною наукою. Як підкреслює А.С. Гальчинський, у суспільно-політичній літературі сформувалася суто економічна версія глобалізації. Її сутність, як правило, розглядається на рівні міжнародних економічних відносин. Цієї парадигми дотримується і більшість українських учених. У вітчизняних дослідженнях вона по суті домінує [1, 316–317].

Невирішені частини проблеми. Радикальні зміни соціально-економічної ролі людини внаслідок розвитку нової економіки масової співпраці потребують комплексного економічного аналізу, спрямованого на з'ясування форм та напрямів глобалізації наноекономіки.

Метою дослідження є обґрунтування особливостей та структурних елементів нової економіки масової співпраці як чинника та форми глобалізації економічної поведінки людини.

Основні результати дослідження. У сучасний період термін «наноекономіка», використовується для визначення:

1) Г. Клейнер визначає наноекономіку як економіку фізичних осіб: «Під наноекономікою може розумітися і сама економічна система, розглянута з точки зору поведінки окремих осіб («економіка фізичних осіб»), і наукова дисципліна, яка її вивчає» [8, 101];

2) економіки наноіндустрії – сектору, пов'язаного з інноваціями та нанотехнологіями [5; 6].

На нашу думку, другий підхід до визначення наноекономіки відображає специфіку об'єкту економічного дослідження – індустрії нанотехнологій і, по суті, за своїм рівнем є мезоекономічним – це секторіальна, галузева економіка.

На обґрунтовану думку Г. Клейнера: «В основі наноекономіки повинна лежати теорія індивіда, яка є аналогічною за призначенням теорії фірми, та

такою, що описує поведінку індивідуального агента. При цьому в загальному випадку цього індивіда слід вважати в тій чи іншій мірі ірраціональним, наділений творчим даром і не схильним тільки до «алгебри» розрахунків найкращого результату, але і до позалогічного, часом натхненного, а часом апатичного пошуку характерної саме для нього економічної істини [8, 100]. Наноекономіка – це, по-перше, економічна поведінка людини, яка визначається раціональними і ірраціональними чинниками; по-друге, як наука – це теорія економічної поведінки індивіда.

В умовах сучасних глобалізаційних процесів, економічна поведінка людини (наноekonomіка) має тенденцію до інтернаціоналізації та інтеграції у глобальний економічний простір, що є основою значного зростання ролі людини у світовій економіці. За визначенням А. Гальчинського: «Глобалізація – це планетарний механізм, який органічно поєднує у собі, з одного боку, комунікаційний інструментарій взаємодії «Людини-Людина», з іншого – механізми взаємодії людини та людства загалом з природою та біосферою» [1, 319–320]. До такого «комунікаційного інструментарію» глобальної економіки належить Інтернет, завдяки якому спілкування людей набуває планетарного рівня, а їх співпраця з локальної (в межах родини, фірми тощо) перетворюється на глобальну, здійснення якої не має організаційних та територіальних обмежень. Отже, на базі Інтернет економічна поведінка людини (наноekonomіка) інтернаціоналізується та стає часткою глобальної економіки. Одним із факторів цього процесу і одночасно його формою є розвиток нової економіки масової співпраці через Інтернет, яку французький журналіст і письменник А. Гіймоль визначає як обмін послугами між приватними особами через Інтернет-сайти [3].

У сучасних умовах масова співпраця спрямована на задоволення через Інтернет потреб великої кількості людей у різноманітних послугах без звернення до їх інституційних постачальників – організацій сфери послуг: готелів, транспортних підприємств, освітніх закладів, фінансових установ, магазинів тощо. Це альтернативна відносно традиційної модель послугової діяльності, на базі якої люди, використовуючи Інтернет-мережі, мають змогу бути і постачальниками, і споживачами різних послуг.

Нова економіка масової співпраці є системою економічних відносин з продукування, розподілу, обміну і споживання різноманітних послуг через залучення через Інтернет ресурсів великої кількості людей та їх безпосередню участь у послуговій діяльності у якості продуцентів і споживачів різних послуг. Вона є сегментом сучасної сфери послуг, альтернативною діяльністю її організацій. Це наноekonomіка, яка, завдяки Інтернет-мережам, набуває глобального характеру. Так, за даними А. Гіймоля, зараз тільки у французькому сегменті Інтернету створено 400 сайтів такої співпраці [3]. У статті «Революція співпраці» він пише: «У Європі та Сполучених Штатах сайти обміну послугами вже об'єднують мільйони постійних учасників. Вони заперечують правила класичної економіки та збільшують чисельність нової популяції «цифрових хіпі»» [2].

Розкриття ролі нової економіки масової співпраці у глобалізації економічної поведінки людини потребує аналізу її структури, технологічних засад та головних характеристик (принципів) функціонування.

Об'єктна структура нової економіки масової співпраці відображає головні види послуг, що створюються і обмінюються через Інтернет в процесі співпраці великої кількості людей. Узагальнюючи сучасну практику масової співпраці через Інтернет, можна стверджувати, що остання орієнтована, насамперед, на надання певних видів *споживчих і розподільчих послуг*. Це, наприклад, забезпечення людей місцями проживання на час їх знаходження у певному населеному пункті у різних країнах, найм тимчасово вільних приміщень, транспортні послуги, пошук продавців і покупців товарів тощо. Слід підкреслити, що це послуги фізичних осіб фізичним особам, що здійснюються поза організацій сфери послуг: готелів, транспортних фірм, ріелторських компаній тощо. Крім того, об'єктом масової співпраці є: *інтелектуальні послуги*, серед яких значне місце займають освітньо-консультативні — обмін знаннями через Інтернет; *фінансові послуги*, що сприяють акумуляції, розподілу і використанню тимчасово вільних коштів людей для фінансування певних проектів чи кредитування фізичними особами фізичних осіб. Отже, масова співпраця охоплює надання/споживання певних видів споживчих, розподільчих, виробничих і соціальних послуг.

Суб'єктами економіки масової співпраці є фізичні особи, поєднані Інтернет-мережами та використовують їх для розв'язання своїх проблем, співпрацюючи з великою кількістю людей, незалежно від професії, соціального статусу, місця проживання та роботи. Як пишуть Д. Тапскотт та Е.Д. Уільямс, доступність інформаційних технологій зростає, надаючи інструменти співробітництва, створення цінності і конкуренції практично кожному. Це дає можливість людям вільно брати участь у процесі інновацій і створення цінності в кожній економічній галузі [11].

Економіка масової співпраці є системою техніко-технологічних, організаційно-господарських, соціально-економічних відносин між її суб'єктами.

1. *Техніко-технологічні особливості нової економіки масової співпраці*. Хоча Д. Тапскотт та Е.Д. Уільямс справедливо вважають, що ця модель є більш широкою, ніж краудсорсинг [11], останній, на нашу думку, є її базовою технологією.

Краудсорсинг (від англ. "crowd-source-using" — використання джерел ресурсів натовпу) спрямований на забезпечення оптимальної комбінації і використання різноманітних ресурсів людей («натовпу») для досягнення певних цілей: виробничих, соціальних, культурних та ін. Як пише Дж. Хау, «краудсорсинг використовує технологію розвитку безпрецедентних рівнів співробітництва і продуктивних обмінів між людьми з самими різними біографіями з різних точок земної кулі. Віртуальні співтовариства — основа краудсорсингу, що забезпечує контекст і структуру, у якій здійснюється «робота» [12, 21].

У новій економіці масової співпраці краудсорсинг є технологією як її ресурсного забезпечення, так і обміну послугами через Інтернет. Масова співпраця здійснюється шляхом використання Інтернет-платформ (сайтів), що забезпечують зв'язок постачальників і споживачів послуг. «Спочатку був статичний веб, потім соціальні мережі. Нині всесвітнє павутиння започатковує платформи, які змінюють наш спосіб існування» [2].

Відповідно до об'єктної структури економіки масової співпраці можна виокремити:

- *обмінні* Інтернет-платформи, на базі яких здійснюється обмін певних споживчих і розподільчих послуг між великою кількістю людей. Наприклад, створений у Франції у 2006 р. сайт "Blablacar", користувачами якого є щомісячно понад 400 тис. осіб, забезпечує встановлення зв'язків водіїв, які мають вільні місця у машинах, і потенційних пасажирів. Зараз діяльність цього обмінного сайту поширюється на Велику Британію, Іспанію, Італію, Німеччину, Польщу, а кожні 20 секунд він реєструє нового клієнта. Сайт "Rbnb", заснований у 2008 р. у Каліфорнії (США), допомагає в оренді тимчасово вільних квартир. «З дня заснування він вже розмістив понад 10 млн осіб. Пропонує на постійній основі 300 тис. ліжок у цілому світі. За 2 хв. на ньому можна знайти кімнату на ніч, скажемо на Хрещатику в Києві за 40 євро за ніч, або ж ліжко-місце за 14 євро. Також є пропозиції з Полтави, Сум... І так практично в будь-якій країні світу» [2];

- Інтернет-платформи *інтелектуального краудсорсингу*, що забезпечують мобілізацію знань великої кількості людей для розв'язання певних проблем у різних галузях життєдіяльності суспільства. Наприклад, краудсорсингова платформа "DesignContest.ru", яка діє у США, Росії і Україні, забезпечує проведення конкурсів на розробку будь-якого графічного дизайну, починаючи від логотипу, закінчуючи дизайном сайту і фірмовим стилем. У конкурсі можуть брати участь дизайнери з різних країн світу [13].

- краудфандингові Інтернет-платформи, через які здійснюється збирання коштів великої кількості людей для фінансування різноманітних проєктів. Краудфандингова платформа є віртуальним фінансовим посередником, який наближує один до одного авторів, розробників проєктів та потенційних інвесторів. За рівнем спеціалізації краудфандингові платформи розділяють на відкриті, яким притаманна орієнтація на широку Інтернет-спільноту без територіальних, галузевих та професійних обмежень, і нішеві, діяльність яких спрямована на окремі галузі, регіони, групи учасників, напрями фінансування тощо. Світовим лідером є міжнародна краудфандингова платформа "Kickstarter", завдяки посередництву якої у 2011 р. було запущено понад 27 тис. проєктів та зібрано майже 10 млн дол. США [7]. «У світі вже є 700 сайтів, які проводять збір приватних внесків. Загалом у 2012 р. у такий спосіб назбиралося 3 млрд дол. США. Щороку сума збільшується вдвічі» [2]. В Україні діють національні краудфандингові платформи: «Велика Ідея» (biggggidea.com.) на створення якої гроші теж були зібрані. Зараз платформа сприяє запуску художнього журналу про Україну "La Boussole" [4; 10]; «Спільнокошт», завдяки якій отримали підтримку такі проєкти, як Громадське телебачення, Арт-пікнік С. Фролової, а зараз здійснюється збір фінансування фільму, присвяченого лідеру кримськотатарського народу М. Джемілеву [9];

- *краудлендингові* Інтернет-платформи, що забезпечують кредитування фізичних осіб фізичними особами. Наприклад, загальний обсяг персональних кредитів, отриманих користувачами краудлендингової платформи "Prosper Marketplace", станом на жовтень 2014 р. досяг 2 млрд дол. США [14].

Функціями Інтернет-платформ масової співпраці є: а) інформаційно-комунікаційна – надання учасникам співпраці інформації з питань попиту на певні послуги та їх пропозиції, забезпечення зв'язків продуцентів і споживачів послуг; б) маркетингова – просування послуг. Але слід підкреслити, що, як стверджує А. Гіймоль, усі ці Інтернет-ресурси мають водночас і більшу амбіцію: просувати новий стиль поведінки: етичніший, екологічніший, не такий споживацький [2].

2. *Організаційні особливості масової співпраці.* Д. Тапскотт та Е.Д. Уільямс визначають такі головні принципи (ідеї) нової економіки масової співпраці: відкритість, горизонтальна (децентралізована) організація співпраці як вільного обміну діяльністю, здатностями, знаннями та іншими ресурсами її учасників (принцип «пірингу» – від англ. "peering", "peer-to-peer", P2P – рівний до рівного), доступ та вміння ділитися, глобальний характер співпраці [11]. Організаційну основу масової співпраці складають мережевий принцип побудови відносин через Інтернет (альтернатива ієрархічному принципу), довіра та самоорганізація її суб'єктів.

3. *Соціально-економічні особливості масової співпраці.* Нова економіка масової співпраці є:

- новітньою формою алокації ресурсів та їх ефективного використання в умовах постіндустріальних трансформацій;
- глобальною, оскільки, по-перше, завдяки Інтернет співпраця людей не має територіальних, організаційних, професійних, національних та інших обмежень; по-друге, це модель залучення великої кількості людей до безпосередньої участі в розв'язанні глобальних проблем – економічних, екологічних, соціальних;
- соціальною інновацією – новітньою моделлю самоорганізації та продуктивної співпраці людей у світі, що глобалізується;
- чинником глобалізації соціально-економічної ролі людини та формою її реалізації;
- наноекономікою (економічною поведінкою людини), що набуває глобального характеру.

Висновки. Розвиток нової економіки масової співпраці як системи соціально-економічних відносин з продукування, розподілу, обміну і споживання послуг (споживчих, розподільчих, освітньо-консультативних, фінансових) на базі залучення через різні Інтернет-платформи ресурсів великої кількості людей та їх безпосередньої участі у послуговій діяльності у якості продуцентів і споживачів, виступає одночасно і фактором, і формою глобалізації наноекономіки, сприяє формуванню та реалізації глобальної соціально-економічної ролі людини у сучасному світі.

1. *Гальчинський А.С.* Економічна методологія. Логіка оновлення: Курс лекцій. – К.: АДЕФ-Україна, 2010. – 572 с.
2. *Гіймоль А.* Революція співпраці // Український тиждень. – 2013. – №38 // tyzhden.ua.
3. *Гіймоль А.* У розвинених країнах активно розвивається нова модель "економіки співпраці" // Український тиждень. – 20.09.2013 // tyzhden.ua.
4. *Гончарук Н.* Краудфандинг, или народное финансирование // iee.org.ua.
5. *Горбунов М.П., Зеленська І.І.* Наноекономіка – формування майбутнього вигляду економіки держави // Вестник НТУ "ХПИ". – 2009. – Международная научная конференция

MicroCAD.– Секція №23: Менеджмент, інвестиційні та інноваційні процеси в промисловості та народному господарстві // www.kpi.kharkov.ua.

6. *Дубіщев В.П.* Наноекономіка як методологія дослідження інноваційного господарського механізму в умовах глобалізації // Збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції «Вчення В.І. Вернадського і сучасність» присвячений 150-річчю від дня народження академіка В.І. Вернадського. – Полтава: ПолтНТУ, 2013. – С. 62–67.

7. И опять краудфандинг: сегодня по-американски // habrahabr.ru.

8. *Клейнер Г.* Наноекономика и теория фирмы // Вестник ВГУ.– Серия: Экономика и управление.– 2004.– №2. – С. 99–123.

9. На зйомки фільму про Мустафу Джемілева збирають гроші через краудфандинг // life.pravda.com.ua.

10. Одесити запустили краудфандинг для журналу про любов до України // life.pravda.com.ua.

11. *Танскотт Д., Уильямс Е.Д.* Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все / Пер. с англ. П. Миронов, Г. Василенко. – М.: БэстБизнесБукс, 2009. – 392 с.

12. *Хау Дж.* Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблшер, 2012. – 288 с.

13. *Arrow, K.* (1987). Reflections on the Essays. In: Arrow and the Foundations of the Theory of Economic Policy (pp. 727–734). Ed. by G.R. Feiwel. L.: Macmillan.

14. DesignContest – Краудсорсинговая платформа для проведения конкурсов в области графического дизайна // crowdsourcing.ru.

15. Lending Club обновил раздел статистики платформы // crowdsourcing.ru.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2014.