

Современный взгляд на методологию Э. Тоффлера в контексте развития модели бизнеса C2C

Нурманов Руслан Кожаметович, студент 2 курса «Университета Нархоз», Алматы, Казахстан.

Научный руководитель: ст. преподаватель Нартов Павел Юрьевич.

Аннотация: В данной статье рассматривается подход Э. Тоффлера в контексте развития новых моделей бизнеса C2C. Дается общий обзор самой методологии Тоффлера, базирующейся на его произведениях, а также приводится анализ феномена «протребления» в рамках платформ consumer-to-consumer. По результатам анализа предлагается необходимость актуализации методологии, а также схема по взаимодействию государственных органов с существующим трендом.

Ключевые слова: C2C, потребитель, производитель, протребление, индивидуализация, демассификация, информационное общество.

Abstract: In this article A.Toffler's approach, in the context of the development of new C2C business models is considered. Article presents an overview of the Toffler's methodology, based on his works, and also provides an analysis of phenomenon of «prosuming» in the context of the consumer-to-consumer platforms. According to the results of the analysis, the necessity of the updating of methodology is proposed, and also the scheme of interaction of public authorities with the existing trend.

Keywords: C2C, consumer, producer, prosumer, customization, demassification, information society.

Введение

С раскрытием потенциала информационных технологий и развитием электронной коммерции, все более распространённым становится появление новых систем взаимодействия потребителя с производителем. На смену

привычным для нас экономическим моделям В2В и В2С¹ приходят совершенно новые, значительно отличающиеся от них системы. К одной из таких систем можно отнести набирающую во многих странах популярность экономическую модель С2С², базирующуюся на взаимодействии потребителя с потребителем. Актуальность данной тематики обуславливается в первую очередь тем, что сегмент С2С напрямую связан с экономическим базисом теории «третьей волны» предложенной Э.Тоффлером.

Методология настоящего исследования базируется на анализе подхода Э. Тоффлера, основанного на обзоре трансформационного перехода индустриального общества к информационному, с совершенно новыми требованиями к производству. Опираясь на данный подход, необходимо отметить рост актуальности такого феномена как индивидуализация производства, что приводит к наиболее эффективному удовлетворению потребностей клиента [1, с. 208]. В сочетании с массовой доступностью информации, а также исчерпанием возможностей дальнейшего расширения «всемирного рынка», концепция индивидуализации демонстрирует дальнейшие перспективы для применения, и даже полноценного создания рынков в сегменте С2С [1, с. 217].

Однако, несмотря на сходство некоторых мировых тенденций XXI века и концепции Э. Тоффлера, важно заметить, что сам по себе подход, весьма категоричен в формате описания феномена протребления (от **производство + потребление**)³ [1, с. 202]. Так как данный подход, относительно прошедших перемен в социально-экономических сферах общества, был сформулирован до 2010 года, он не раскрывает всех перспективных возможностей протребления в современном мире. Исходя из этого, мы находимся в поиске новых форм, однако все также в контексте теории Э. Тоффлера.

Гипотеза: В связи с накоплением изменений и трансформациями в социально-экономической сфере подход Тоффлера требует актуализации.

¹ От англ. business to business, business to consumer

² От англ. consumer to consumer

³ От англ. prosumer (**producer + consumer**)

Обзор подхода Э. Тоффлера

Переходя к рассмотрению методологии Тоффлера, в первую очередь необходимо провести краткое резюме самого подхода Тоффлера, особенно в контексте протребления. Важно понимать, что в своих произведениях Э. Тоффлер не дает как таковой положительной или отрицательной оценки грядущих на тот момент изменений, а просто предоставляет их читателю для возможности проанализировать самостоятельно. На сегодняшний день нам намного проще оценивать данную методологию, так как многие труды, на которых базируется данный подход, были выпущены еще в XX веке.

Учитывая то, что волны Тоффлера не уничтожают друг друга, а могут существовать и развиваться неравномерно, необходимо отметить то, что для большей части стран мирового сообщества, нынешний период характерен как переход от второй индустриальной волны, к третьей информационной. Данное описание хорошо подходит также и для Казахстана, так как его большая часть находится либо в процессе перехода к третьей волне, либо на уровне второй.

Говоря о переходе к информационному сообществу, необходимо обратить внимание на аспекты, о которых Тоффлер нас предупреждал десятки лет назад. В первую очередь это «Футуристический шок», который характеризуется тем, что общество не сумеет адаптироваться к стремительно изменяющейся окружающей нас среде, особенно в контексте ускорения технологического прогресса [см. подробнее 2]. Постиндустриальное общество сопровождается демассификацией СМИ и исчезновением универсальных стандартов к подаче той или иной информации [1, с. 124]. На сегодняшний день люди сами выбирают себе удовлетворяющие их источники информации, что проявляется в их децентрализации и независимости. Впоследствии данный феномен и приводит к переходу от общей трансляции информации к ее общей доступности. Изобилие подобных источников информации как раз таки и является одной из предпосылок возникновения «шока будущего» среди людей.

Информационное сообщество проявляется не только в демассификации СМИ и других источников информации, но и в индивидуализации потребления, а

также в крайне важном феномене – протреблении. В своих работах Тоффлер уделял огромное значение «скрытому» сектору экономики, включающего в себя протребителей, так как без него, на его взгляд, не может существовать и «явная» экономика [1, с. 202]. Тут важно заметить то, что в связи с демассификацией производства создаются новые условия для вовлечения в данный процесс потребителей. Если на момент написания "Третьей волны" существовало не так много компаний, позволяющих включить потребителей в производственный процесс, то на сегодняшний день имеется множество компаний, которые позволяют не просто участвовать в создании продукта, а практически полностью создавать его для конечного потребления. Отличным примером в данном случае послужат многие рынки C2C. Сама по себе идея возможности создания для себя блага с учетом получения результата самим же потребителем вносит огромный вклад в развитие протребления в целом.

Обзор актуального состояния развития рынков C2C

Постепенное слияние производителя и потребителя в "протребителя" влечет за собой серьезные изменения в нынешних рыночных отношениях. С одной стороны, протребление на сегодняшний день является тривиальным феноменом для всех нас, ведь общество сталкивается с этим каждый день при воспитании детей, приготовлении домашней пищи или уходе за больным в домашних условиях [1, 203 с.], однако с другой стороны, в контексте экономических отношений все значительно сложнее. Повсеместное возникновение платформ C2C, с возможностью персонализировать гибкое расписание и время работы, предоставлять свои услуги таким же протребителям, делает невозможным появление предпосылок для создания единой «коммуны». Разумеется, в информационном сообществе могут существовать небольшие самодостаточные общности или некоммерческие группы, связанные общими интересами, проблемами или взглядами, однако они становятся более персонифицированными.

Если ранее Тоффлер относил протребление к «скрытой» экономике, то благодаря переходу общества к рынкам C2C, протребление постепенно начинает

переходить к «явной» экономике, так как на данный момент без учета данного сектора невозможны никакие экономические прогнозы или же анализы. Ранее актуальной профессии водителя такси приходят на замену целые платформы Яндекс Такси, Uber или же Avito, если нужен водитель на постоянной основе. В действительности, если взглянуть на конфликты компании Uber с водителями такси [3] , а также многочисленные запреты для ее деятельности в разных странах, можно сделать вывод как о том, что определенная часть общества активно переходит в категорию самозанятого населения, так и то, что государства борются с самозанятым населением [4]. Подобные меры со стороны некоторых стран, по отношению к данной платформе также показывают рост значимости и влияния транснациональных компаний сегмента consumer-to-consumer, что в свою очередь Тоффлер предсказывал в своем произведении «Третья волна», предполагая возникновение совершенно новых социальных конфликтов, в данном случае конфликта «скрытой» экономики и сектора «явной» экономики [1, с. 215].

Схожую ситуацию можно также наблюдать и на некоторых рынках микрокредитования, где традиционным банком приходится конкурировать с совершенно новыми платформами. Одним из примеров будет являться peer-to-peer (P2P) кредитование, концепция которого заключается в том, что потенциальный дебитор (физическое лицо) имеет возможность получить желаемую сумму от независимого кредитора, также являющегося физическим лицом. В рамках отсутствия посредников, в виде финансовых институтов и юридических организаций, а также расширении конкуренции между кредиторами, P2P кредитование предоставляет как возможность найти наиболее выгодный вариант, так и обговорить **индивидуализированные** условия выдачи и оплаты кредита.

Не менее важно то, что изменения в потреблении коснулись не только сферы услуг. Благодаря появлению на рынке таких площадок как Ebay и Amazon, интернет коммерция на сегодняшний день выходит совершенно на другой уровень. Сами компании сегмента C2C на данном этапе развития не имеют как такого производства, а выступают в роли интернет-платформы для клиентов, где

они могут, как купить какой-либо товар, так и выставить его на продажу. Используемая система рейтингов на данных платформах позволяет минимизировать различные проблемы, связанные с доставкой и получением товара, а отсутствие посредников, в совокупности с возможностью взаимодействовать напрямую с продавцами, позволяет приобретать различные товары по достаточно выгодным ценам и минимизировать транзакционные издержки.

Также в контексте развития перспективы P2P кредитования, а также торговых площадок сегмента C2C, необходимо заметить перспективы внедрения технологии блокчейн⁴ в данные сферы. Технология блокчейн демонстрирует новые перспективы для взаимодействия пользователей, благодаря обеспечению прозрачности транзакций, а также расширению возможностей обмена данных без посредников [5].

Вывод

На сегодняшний день наблюдается ситуация все более активного перехода общественных элементов в подобные платформы C2C взаимодействия не только с целью удовлетворения потребностей, но и с возможностью самим создать благо для себя, постепенно пополняя категорию самозанятых людей. С учетом наблюдающейся тенденции развития рынков C2C, в перспективе желательна кооперация подобных платформ «скрытой» экономики с «явной» экономикой государств.

Опираясь на конфликты, неизбежно возникающие в рамках сегмента C2C, решением настоящей проблемы, послужила бы легализация деятельности данных платформ, что в свою очередь облегчило их кооперацию с «явной» экономикой. Первым шагом, в данном случае, послужило бы расширение гражданского кодекса, в частности деятельности самозанятого населения, а также индивидуальных предпринимателей, выплачивающих налоги по патенту. В таком случае, государству не придется расценивать самозанятое население, как категорию людей, уклоняющихся от уплаты налогов.

⁴ От англ. blockchain или block chain – цепочка блоков

Раскрывая данное решение более подробно, необходима углубленная работа с нынешними патентными системами налогообложения. Учитывая рост потенциальных возможностей для самозанятого населения, в виде расширения рынков сегмента С2С, желательно упрощение системы получения патента, а также более индивидуализированного подхода в вычислении данного налога для каждого гражданина, в зависимости от сферы его деятельности, или даже конкретной платформы.

Также наиболее эффективным методом демонстрации того, насколько важно взаимодействие государственных органов с имеющимися рынками С2С, послужило бы создание экспериментальных зон для свободного развития данных рынков. Для проведения подобного исследования хорошо подошли бы депрессивные регионы с низкой экономической активностью, в ходе эксперимента над которыми были бы сняты ограничения в аспектах налогообложения и процесса получения патента, с целью обзора возможного увеличения благосостояния граждан.

Все вышеперечисленные факторы наглядно демонстрируют то, насколько прогнозы, данные Тоффлером в контексте протребления, отошли от того, что мы видим на сегодняшний день, в особенности в социально-экономической сфере. Платформы С2С предлагают не только новый уровень взаимодействия потребителя и производителя, но и возможность их слияния в протребителя, позволяя создавать благо для собственного потребления. Исходя из этого, необходим дальнейший углубленный пересмотр методологии Тоффлера в контексте бизнес модели consumer-to-consumer.

Список используемых источников:

1. Тоффлер Э., Третья волна [пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова и др.]. — М.: АСТ, 2009. — 795 с.
2. Тоффлер Э., Шок будущего [пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова и др.]. — М.: АСТ, 2002. — 557 с.
3. Бочкарева Е. 9 стран, в которых Uber запрещен. // Rusbase [Электронный ресурс] / URL: <https://rb.ru/list/uber-ban/>, (дата обращения 19.08.2015).
4. Ковалева Т. Назарбаев: Самозанятость - это прямой уход от налогов, вот что это такое! // Zakon.kz [Электронный ресурс] / URL: <https://www.zakon.kz/4876065-nazarbaev-samozanyatost-eto-priamoj.html>, (дата обращения 04.09.2017)
5. Власов А., Карпунин А., Новиков И.. Системный анализ технологии обмена и хранения данных Blockchain. Современные технологии. Системный анализ. Моделирование, 2017, № 3 (55), 75-83. doi: 10.26731/1813-9108.2017.3(55). 75-83