

ДОВЕРИЕ – ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ ИЛИ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ?

© 2018 ШВЕД В. В.

УДК 338.242.2

Швед В. В.

Доверие – психологическая категория или экономическая ценность?

Предметом статьи выступает анализ ключевых характеристик современных экономических теорий с точки зрения влияния доверия на поведение потребителей. Рассмотрены основные формы викиномистической и поведенческой моделей экономики, их значимость для социума, ключевые особенности применения, а также роль доверия в их функционировании. Определены основные принципы, которые являются унифицированными для всех рассматриваемых моделей. Изучен китайский опыт администрирования и контроля уровня доверия с целью оптимизации экономики страны, формирования потребительских настроений, а также влияния на поведение граждан. Определены ключевые недостатки китайской системы социальных рейтингов. Доказано негативное влияние бюрократии и государственного контроля на рассмотренные экономические модели, а также на доверие как самостоятельную экономическую ценность, способную коренным образом влиять на принимаемые участниками рынка решения.

Ключевые слова: викиномика, шеринговая экономика, система социальных рейтингов, доверие.

Библ.: 22.

Швед Вадим Валерьевич – кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и менеджмента, Винницкий социально-экономический институт Университета «Украина» (Хмельницкое шоссе, 23а, Винница, 21000, Украина)

E-mail: osvitav@gmail.com

УДК 338.242.2

UDC 338.242.2

Швед В. В. Довіра – психологічна категорія чи економічна цінність?

Предметом статті виступає аналіз ключових характеристик сучасних економічних теорій з точки зору впливу довіри на поведінку споживачів. Розглянуто основні форми вікіномістичної і поведінкової моделей економіки, їх соціальну значущість для соціуму, ключові особливості застосування, а також роль довіри в їх функціонуванні. Визначено основні принципи, які є уніфікованими для всіх розглянутих моделей. Вивчено китайський досвід адміністрування і контролю рівня довіри з метою оптимізації економіки країни, формування споживчих настроїв, а також впливу на поведінку громадян. Визначено ключові недоліки китайської системи соціальних рейтингів. Доведено негативний вплив бюрократії та державного контролю на розглянуті економічні моделі, а також на довіру як самостійну економічну цінність, здатну докорінно впливати на прийняття рішень учасниками ринку.

Ключові слова: вікіноміка, шерингова економіка, система соціальних рейтингів, довіра.

Бібл.: 22.

Швед Вадим Валерійович – кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри економіки та менеджменту, Вінницький соціально-економічний інститут Університету «Україна» (Хмельницьке шосе, 23а, Вінниця, 21000, Україна)

E-mail: osvitav@gmail.com

Shved V. V. Trust: a Psychological Category or an Economic Value?

The subject of the article is the analysis of key characteristics of modern economic theories in view of influence of trust on consumer behavior. The main forms of the wikinomic and behavioral models of economy, their significance for society, key features of the application, as well as the role of trust in their functioning are considered. The basic principles that are unified for all the models under consideration are defined. The Chinese experience of administering and controlling the level of trust is studied with the aim of optimizing the country's economy, forming consumer sentiments, and influencing behavior of citizens. The key weaknesses of the Chinese system of social rankings are identified. There revealed the negative influence of bureaucracy and state control on the economic models as well as on trust as an independent economic value capable of fundamentally influencing decisions made by market participants.

Keywords: wikinomics, sharing economy, system of social rankings, trust.

Bibl.: 22.

Shved Vadym V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of Economics and Management, Vinnytsia Institute of Economics and Social Sciences of the University «Ukraine» (23a Khmelnytske Hwy, Vinnytsia, 21000, Ukraine)

E-mail: osvitav@gmail.com

Постановка проблеми. Привычные экономические модели XX и XXI вв. все еще базируются на постулатах политэкономии. Классическая формула «товар – деньги – товар» определяет сущность экономических отношений и государственных политик. Единственной базовой экономической категорией и ценностью, приемлемой для любой страны мира, остается денежная единица.

Однако прогресс и трансформация рынков постоянно создают новые, подчас совершенно уникальные, модели взаимоотношений продавца и покупателя. Необратимая информатизация и тотальная информированность меняют привычные функции товара, трансформируя его в услугу или денежную квазиценность.

Экономисты современности прилагают значительные усилия для изучения создающихся моделей. Так, реагируя на вызовы времени, появились модели викиномистической экономики, поведенческой экономики, шеринговой экономики, рецанклинговой экономики, временно-ресурсной экономики прочая. В данных моделях пересматриваются классические роли товара как результата материального труда и денег как инструмента обмена. Начинают создаваться новые принципы функционирования экономических систем и изучается роль новых инструментов измерения стоимости и обмена. В процессе озвученных изменений одним из инновационных методов оценки используется такая психолого-социологическая категория, как «доверие».

Анализ последних исследований и публикаций.

Вопросам изучения новейших экономических моделей посвящены работы: Тапскота Д., Вильямса Э. [1], Ботсман Р. [2], Талера Р., Санстейна К. [3], Канемана Д. [4], Подгайской А. [5], Долонина К. [6], Омельченко Е. [7], Капелюшниковой Р. [8], Доу Ш. [9], Вольчик В. [10] и др. Однако вопросу изучения именно доверия как квазиденежной категории (ценности, которой присущи экономические характеристики) уделяется недостаточно внимания.

Цель данной статьи заключается в изучении доверия как экономической ценности, способной использоваться в качестве меры стоимости и инструмента формирования потребительского поведения.

Основные результаты исследования. Первично идеи использования доверия как экономической ценности были заложены 2008 году в работе Ричарда Талера и Каска Санстейна «Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness». Авторы ставили перед собой цель изучить феномен выбора как продавца, так и покупателя, поскольку привычные мотиваторы, такие как: цена товара, ценность товара, качества товара – не работали.

Необходимо отметить, что появление интернета является основной предпосылкой появления новых экономических моделей, которые позволили совершенно по-новому оценить, казалось бы, неэкономические категории, а также дали возможность оценить вероятность их использования в экономике.

В 2006 году вышла книга Дона Тапскота и Энтони Вильямса «Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything». В данной работе авторы изучали влияние тотальной доступности качественной информации на привычные экономические модели.

Авторами было введено в экономическую науку понятие «викиномика». Сущность данного понятия заключается в понимании экономики как открытой, дружелюбной, самоорганизующейся системы, все участники которой готовы к определенным тратам материального или нематериального характера для достижения единой цели.

Викиномика возможна только в условиях информационной доступности. Интернетизация общества и государства создало возможность рассматривать информацию не только как товар или деньги, а как качественную характеристику, которая характеризует открытость экономического или политического института.

Открытость бизнеса позволила потребителям по-новому оценить качество предлагаемой данным бизнесом продукции, а также активно влиять на сам процесс производства и организации бизнеса.

Активная вовлеченность субъектов предпринимательской деятельности в объективные бизнес-процессы сформировала совершенно новые принципы хозяйствования. Компании осознали открытость как неминуемый атрибут современного предпринимательства.

Однако потребители могут по существу влиять только на открытости компании, не имея при этом никакого влияния на качество раскрываемой информации и постоянную доступность. То есть принцип открытость, положенный в основу викиномики, базируется на еще одном принципе – принципе равенства. Данный принцип предполагает, что все участники того или иного рынка в рав-

ной степени владеют информацией и в равной степени ее пользуются. Нарушение данного принципа ведет к искажению самой викиномистической парадигмы и превращает актуальную модель хозяйствования в бюрократический суррогат.

В основе викиномики лежит еще два принципа: принцип глобальности и принцип свободного обмена. Принцип глобальности фиксирует факт того, что компания, исповедующая викиномистические ценности, не создает преграды для доступа к информации. Любой желающий внести свою лепту в решение проблемы или предложить идею усовершенствования продукта, может получить доступ к интересующей его информации после выполнения разумных и достаточных требований компании. Принцип свободного обмена дополняет принцип глобальности и констатирует факт того, что все участники рынка в праве обмениваться любой информацией, которая не защищена. В основе данного принципа положена юридическая норма: «разрешено все то, что прямо не запрещено законом». То есть любая информация является доступной и свободной для обмена, если иное не запрещено объективными нормами законодательства или внутренними правилами компании. Как показала практика, злоупотребление закрытостью информации со стороны компании приводит только к убыткам для самой компании, в то время как другие участники рынка находят иные решения и создают новые продукты [11].

Викиномистическая модель экономики проявляет себя в трех основных реализациях: коворкинг, краудсорсинг, аутсорсинг. Все три проявления базируются на вышеприведенных принципах викиномики, при чем не выполнение любого из принципов превращает актуальный механизм хозяйствования в нежизнеспособную теоретическую концепцию.

Викиномистические механизмы коворкинга, краудсорсинга и аутсорсинга имеют свои достоинства и недостатки, но все они в равной степени оперируют доверием.

Так, коворкинг предполагает совместную работу незнакомых людей на не принадлежащим им инструментах труда. Механизм коворкинга априори предлагает участникам рынка гибкую среду ситуативного взаимодействия. Участники рынка вольны в выборе места работы, круга общения, а значит, и не испытывают недостатка и ограничений в обмене информацией и опытом. Такая свобода обмена очень часто приводит к безвозмездной помощи случайным соседям по коворкингу, а также к появлению уникальных идей и товаров. Гибкость среды позволяет участникам оперативно реагировать на изменения рыночного окружения. Однако такая гибкость и открытость основываются исключительно на доверии. Недоверие ситуативным соседям не позволит свободно обмениваться информацией и идеями и, как следствие, не создаст условий для появления нового [12].

Краудсорсинг представляет собой механизм хозяйствования, основанный на передаче ряда функций неопределенному кругу лиц на основании публичной оферты. Краудсорсинг, как правило, не предполагает материальной компенсации за выполненную работу. Работа выполняется желающими профессионалами в свободное время ради достижения приемлемого результата путем совершенствова-

ния продукции компании. Как и в механизме коворкинга, основой является доверие, доверие между производителем и потребителем. Производитель доверяет идее того, что потребитель искренне хочет улучшить продукцию и делает это безвозмездно, а потребитель верит тому, что производителю важно его мнение и к нему прислушиваются [Швед, краудсорсинг].

Отдельным проявлением красудсорсинга является фандрайзинг – механизм, предполагающий финансовое участие потенциальных потребителей в создании продукции. Доверие в фандрайзинге играет еще более важную роль, чем в краудсорсинге, поскольку затраты времени более эфемерны по сравнению с финансовыми затратами [13].

Аутсорсинговый механизм основан на передаче определенных производственных процессов на обслуживание специализированной компании. Более высокая эффективность хозяйствования специализированной компании позволяет достичь весомой экономии ресурсов, не сравнимой с оплатой труда данной компании со стороны заказчика. Аутсорсинг, как и рассмотренные выше коворкинг, краудсорсинг и фандрайзинг, основывается на доверии, поскольку ни одним договором невозможно запретить использовать приобретенный опыт или появившиеся в процессе выполнения заказа идеи в дальнейшей работе аутсорсинговой компании [14].

Таким образом, можно констатировать доказанность того факта, что вся викиномистическая идея и возникшие на ее основе механизмы основаны на доверии, доверии как экономической ценности.

Дальнейшее изучение идей поведенческой экономики позволяет акцентировать внимание на шеринговой экономике. Первично данная модель была рассмотрена в книге Рэйчел Ботсман – автор книги «What's Mine Is Yours: Rise Of Collaborative Consumption», впервые опубликованной в 2010 году. Используя пример дрели, автор обосновывает факт того, что современное общество потребления слишком много внимания уделяет вопросам собственности. Психологический феномен владения не позволяет потребителю принять экономически обоснованное решение, которое основывается на сопоставлении затрат владения и конечной полезности собственности [2].

Экономическую сущность шеринга раскрывает следующее определение – шеринговая экономика представляет собой информационную экономическую модель, направленную на трансформацию характера капитала из пассива в актив путем использования механизмов совладения, аренды, лизинга. Самым распространенным примером шеринговой экономики является модель совместных поездок на автомобиле.

Экономика шеринга представляет собой трансформацию классической экономики XX в. – экономики индивидуального потребления и владения в экономику совместного пользования, но не владения. Все существующие модели экономики XX в. предполагали в качестве базиса необратимость и системность процесса накопления, а разрабатываемые и используемые механизмы маркетинга, менеджмента, логистики – максимальную индивидуализацию продукции и наличие посредников, с возможностью тотального влияния на формирование потребительских

запросов. В отличие от моделей XX в., шеринговая экономика предполагает минимизацию длины посреднических и логистических цепочек, с одновременной максимизацией влияния конечного частного запроса на частное же предложение. Максимальная приближенность и удобная связь между спросом и предложением приводит к тому, что зачастую и продавец, и покупатель лично знакомы, и факт знакомства напрямую влияет на характер взаимоотношений между ними, во многом нивелируя ценовую составляющую спроса и предложения [15].

Шеринговая модель экономики базируется на нескольких ключевых принципах: пиринга, экологичности, саморегулирования, рациональности, открытости, «евангелизации». Принципы пиринга, экологичности, открытости, рациональности и саморегулирования по своей сути схожи с рассмотренными в данной статье принципами викиномики. Принцип «евангелизации» является уникальным, поэтому рассмотрим его подробнее.

Суть принципа «евангелизации» состоит в том, что обладание неким продуктом или возможность предоставления услуг основывается на тотальном убеждении потенциальных пользователей товара или услуги в том, что обладание ими преследует цель принести не только прибыль владельцам, но и пользу для общества, причём второе зачастую важнее, чем первое. То есть, совершая совместные поездки, мы не только рационально расходует бензин, сокращая добычу нефти, и заботимся об экологии, уменьшая объёмы выброса вредных веществ в атмосферу, но и тем самым формируем некую экосистему, направленную на изменение модели потребления, а следовательно, повышаем социальную ответственность как владельцев, так и потребителей [8].

Изучение сущности шеринговой экономики, а также понимание роли принципов ее функционирования позволяет утверждать, что в основе шеринга, как и в основе викиномики, лежит такая экономическая ценность, как доверие. Приведенные примеры дрели или совместных поездок однозначно констатируют основополагающую роль доверия как базиса для принятия потребительского решения об использовании шеринговой модели. Не доверяя соседям или коллегам, не веря в то, что все придерживаются принципов шеринга, невозможно совместно пользоваться дрелью, ведь, а вдруг?! Недоверие к водителю или случайным попутчикам уничтожают саму модель совместных поездок. Аппеляция к тому, что доверие можно урегулировать некими нормативными документами или деятельностью надзорных органов несостоятельна, поскольку искажается сама сущность шеринговой экономики и принципов ее функционирования.

Таким образом, можно констатировать, что в основе шеринговой экономики лежит экономическая категория доверия.

Приведенные выше выкладки носят теоретический характер, но в современном мире доверие трансформируется в экономическую категорию, которая меняет привычную роль государства. Так, с мая 2018 года китайских граждан с низким социальным рейтингом перестанут пускать в самолёты и поезда. Это решение напрямую связано с экспериментальной системой рейтингов, которую власти развивают с 2014 года. По задумке, она будет оценивать всех

граждан на основе их поведения, финансового положения, покупок и нарушений. Чем ниже рейтинг, тем сложнее человеку пользоваться муниципальными сервисами [16].

Экспериментальная система социальных рейтингов разрабатывается в КНР с 2007 года на основе так называемой системы социального доверия. Данная система является иллюстрацией идеи викиномики и шеринга, поставленных на службу государства. Первоначально данную систему предполагалось использовать для мониторинга кредитного рейтинга клиентов китайской банковской системы. Аналогичная система анализа кредитного рейтинга используется во многих странах мира. В середине 2000-х годов кредитную историю имело не более 25 % населения Китая, что не способствовало развитию кредитного рынка в стране и тормозило общее развитие экономики государства.

Однако власти Китая решили модернизировать систему кредитных рейтингов, распространив ее в рамках эксперимента не только на клиентов банков, но и на жителей провинции Цзянсу (а это без малого 80 млн человек), с намерением охватить в дальнейшем всех граждан страны. Каждый житель провинции получал условную тысячу баллов доверия. За недостойное поведение (нарушение правил дорожного движения, мелкие правонарушения, поступки порочащие коммунистическую партию Китая) со счета списывались баллы, за хорошие поступки (своевременная оплата счетов, высокие показатели на работе, участие в «субботниках») баллы начислялись. На основе рейтингов были сформированы четыре категории. Первая (высшая) категория позволяла ее обладателю рассчитывать на преференции при открытии бизнеса или устройстве на работу в государственные (партийные) органы. Четвертая (низшая) категория лишала людей работы, запрещала пользоваться общественным транспортом и т.п. Однако эксперимент показал, что система рейтингов не оправдывает свое существование, и власти КНР к 2014 году от нее избавились. Однако сбор информации о гражданах их всех возможных баз данных (полицейской, банковской, медицинской, муниципальной и пр.) продолжился [17].

В 2015 году власти распространили практику сбора информации о своих гражданах на частные компании. Всемирно известный гигант Alibaba создал приложение, которое с разрешения пользователей собирало всю возможную информацию об их жизни. Также в подобную практику включены крупнейшие китайские мессенджеры QQ и WeChat. К 2016 году компания Alibaba создала уникальное приложение Sesame Credit, которое получает информацию обо всех покупках, оплате счетов и местоположении пользователей через собственную платёжную систему Alipay. Также приложение собирало информацию из муниципальных, полицейских и прочих баз данных. Собранная информация позволила сформировать уникальный рейтинг пользователей системы Alipay. Высокий рейтинг давал возможность пользователю часто получать весомые скидки, бонусы и специальные предложения. Низкий рейтинг значительно урезал мотивационную программу, а также требовал персональную идентификацию пользователя при совершении любых действий. Со временем к программе Alipay и Sesame Credit стало подключаться все больше частных компаний, что позволило значительно увеличить

мотивационную программу, а также разработать систему наказаний.

Алгоритмически рейтинг в программе Sesame Credit представляет собой соотношение таких показателей: цена товара и частота совершения покупок; место работы и занимаемая должность, а также адрес проживания; своевременность и полнота оплаты счетов; количество друзей в программах-партнерах (больше друзей – выше рейтинг). Как именно учитываются эти показатели – не известно, точно также не известна роль Sesame Credit в государственной программе социальных рейтингов [18].

Подробностей, как именно будет работать система социальных рейтингов, нет, однако иностранные исследователи частично определили методику ее работы. Так, программа будет собирать кредитную историю, статистику по банковским счетам, чеки покупок, список любимых мест и отчеты о правонарушениях, а также следить за активностью в интернете и взаимодействиями гражданина с другими пользователями [19].

В 2018 году измененная кредитно-социальная система рейтингов работает в 30 городах Китая, а информация собирается из 142 источников. Если рейтинг гражданина превысит изначальное значение в 1000 баллов – он считается образцовым гражданином, которому положены многие дополнительные материальные блага и преференции. Если же рейтинг гражданина опустится ниже 600 баллов – гражданин считается неблагоденственным, и его могут внести в черный список. Нахождение в таком списке лишает гражданина доступа к кредитам, ему необходимо постоянно подтверждать личность при обращении в любые государственные органы, а также во многие частные компании [20].

В 2018 году к системе рейтингов подключаются и юридические лица. Рейтинг доверия компаний повышается, если к работе нет претензий у государственных органов, они своевременно платят налоги, сотрудники довольны работой в компании. Высокий рейтинг доверия позволяет компании рассчитывать на соответствующие преференции: пониженные налоги, льготные кредиты, уменьшенная частота надзорных мероприятий. Низкий рейтинг доверия приводит к повышению уровня налогообложения, частым проверкам надзорными органами, стоимости кредитных ресурсов прочая [21].

По задумке властей Китая, к 2020 году программа рейтингов охватит все население страны, а также будет запущен специальный открытый реестр с данными о рейтинге каждого гражданина [22].

Однако уникальные и передовые идеи, лежащие в основе викиномической и шеринговой экономики, в процессе их использования государством претерпели коренную трансформацию и лишились большинства своих качественных характеристик.

Используемой программе рейтингов присущи ключевые недостатки, которые не позволяют говорить о ее качестве и приемлемости: механизм составления такого рейтинга не прозрачен и не доступен для анализа общественностью; используемые данные для его формирования не являются открытыми, а их администрирование прямо нарушает права приватности; невозможно гарантировать безопасность собранных и хранимых данных; распростра-

нение рейтинга только на граждан Китая ставит население страны в неравные условия; ожидаемые затраты на администрирование системы в стране с миллиардным населением ожидаемо не покроют возможные экономические выгоды; монополистический характер сбора и администрирования данных повышает риск создания полицейского государства; использование рейтинга для оценки физических и юридических лиц неминуемо приведет к моральному и профессиональному конфликту личности и коллектива.

Таким образом, все вышеприведенное иллюстрирует тот факт, что попытка государства влиять на уровень доверия является в корне контрпродуктивной и такой, что неминуемо приведет к деградации самой идеи использования доверия как экономической ценности.

Китайский опыт иллюстрирует возможность применения доверия как ключевого элемента управления потребительским поведением, а также эквивалентом измерения стоимости предложения.

Идеи шеринга и викиномики основываются на добровольном сотрудничестве участником рынка, сотрудничестве открытом, гибком и взаимовыгодном. Не существует барьеров для «выхода» или «входа». Выгоду участники рынка определяют самостоятельно и при ее уменьшении или неприемлемости вольны отказаться от сотрудничества в любой момент времени.

Необходимо отметить, что все вышеперечисленное не требует бюрократического согласования, поскольку оперирует доверием как самостоятельной ценностью, ценностью, которая способна мотивировать участников рынка на принятие решения.

Социально-психологическое понимание доверия раскрывает его сущность как открытые, положительные взаимоотношения между людьми. Экономический подход к трактовке доверия предполагает его понимание как полноценную денежную единицу, то есть всеобщее признанный эквивалент, который служит мерой стоимости и средством обмена. Доверительные отношения позволяют контрагентам обходиться без классических денег, оперируя лишь уровнем уверенности в открытости и взаимовыгодности участия.

Доверие как экономическая ценность выступает мерой общественной стоимости, которое прямо влияет на принятие потребительского решения, а также способствует формированию новой потребительской прослойки, готовой создавать спрос и влиять на предложение, не основываясь на денежном эквиваленте.

Выводы. Таким образом, современные экономические модели рассматривают доверие не как социально-психологическую категорию, а как экономическую ценность, способную коренным образом влиять на принимаемые участниками рынка решения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тапскотт Д., Уильямс Э. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. М. : BestBusinessBooks, 2009. 392 с.
2. Botsman R., Rogers R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York : HarperBusiness, 2010. 304 p.
3. Талер Р., Санстейн К. Nudge: Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. 240 с.
4. Kahneman D., Tversky A. Choices, Values and Frames. New York : Cambridge University Press, 2002. 840 p.
5. Подгайская А. Экономика совместного потребления: зарубежный и отечественный опыт. *Общество и экономика*. 2017. № 2. С. 36–44.
6. Долонин К. А. Технология шеринга, как новая тенденция в инновационной экономике. *Вестник современных исследований*. 2017. № 13. С. 141–142.
7. Капелюшников Р. И. Поведенческая экономика и новый патернализм : препринт WP3/2013/03. М. : ИД ВШЭ, 2013. 76 с.
8. Омельченко Е. В., Швед В. В. Шеринговая экономика как путь развития мировой экономики. *Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Серия: теория и практика управления*. 2017. № 18 (23). С. 117–121.
9. Дюу Ш. Психология финансовых рынков: Кейнс, Мински и поведенческие финансы. *Вопросы экономики*. 2010. № 1. С. 99–113.
10. Вольчик В. В. Поведенческая экономика и современные тенденции эволюции института собственности. *Terra Economicus*. 2010. № 2. С. 71–78.
11. Швед В. В. Викиномика как новая веха в управлении. *Экономика Крыма*. 2011. № 1. С. 234–237.
12. Швед В. В. Коворкинг: возможности и преграды. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 4. URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/230.pdf>
13. Швед В. В. Краудфандинг как новая модель экономики. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 7. С. 197–200.
14. Швед В. В. Атсорсинг. Возможности и препятствия // Актуальные проблемы экономики и менеджмента : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Майкоп, 2014. С. 193–196.
15. Швед В. В. Теоретические аспекты шеринговой экономики. *Економічний форум*. 2017. № 1. С. 26–32.
16. China to bar people with bad 'social credit' from planes, trains. URL: <https://www.reuters.com/article/us-china-credit/china-to-bar-people-with-bad-social-credit-from-planes-trains-idUSKCN1GS105>
17. Denyer S. China wants to give all of its citizens a score – and their rating could affect every area of their lives. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/china-surveillance-big-data-score-censorship-a7375221.html>
18. Zheping Huang. All Chinese citizens now have a score based on how well we live, and mine sucks. URL: <https://qz.com/519737/all-chinese-citizens-now-have-a-score-based-on-how-well-we-live-and-mine-sucks/>
19. Josh Chin, Gillian Wong. China's New Tool for Social Control: A Credit Rating for Everything. URL: <https://www.wsj.com/articles/chinas-new-tool-for-social-control-a-credit-rating-for-everything-1480351590>
20. Интерпретация опыта полного охвата системой социальных кредитов Rong Cheng. URL: <http://www.creditsd.gov.cn/101/639.html>
21. Кредитный рейтинг. Новая система Шаньдун Rong Cheng: предоставить людям преимущества. URL: http://www.sohu.com/a/147329254_759511
22. Персианинов Р. «Механизмы поощрения и наказания»: как в Китае устроена экспериментальная система оценок граждан и компаний. URL: <https://tjournal.ru/67888-mehanizmy-pooshchreniya-i-nakazaniya-kak-v-kitae-ustroena-eksperimentalnaya-sistema-ocenok-grazhdan-i-kompaniy>

REFERENCES

- Botsman, R., and Rogers, R. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* New York: HarperBusiness, 2010.
- "China to bar people with bad 'social credit' from planes, trains" <https://www.reuters.com/article/us-china-credit/china-to-bar-people-with-bad-social-credit-from-planes-trains-idUSKCN1GS10S>
- Denyer, S. "China wants to give all of its citizens a score - and their rating could affect every area of their lives" <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/china-surveillance-big-data-score-censorship-a7375221.html>
- Dolonin, K. A. "Tekhnologiya sheringa, kak novaya tendentsiya v innovatsionnoy ekonomike" [Technology of sharing, as a new trend in the innovation economy]. *Vestnik sovremennykh issledovaniy*, no. 13 (2017): 141-142.
- Dou, Sh. "Psikhologiya finansovykh rynkov: Keyns, Minski i povedencheskiye finansy" [Psychology of financial markets: Keynes, Minsk and behavioral finance]. *Voprosy ekonomiki*, no. 1 (2010): 99-113.
- "Interpretatsiya opyta polnogo okhvata sistemoy sotsialnykh kreditov Rong Cheng" [Interpretation of the experience of full coverage of the system of social loans Rong Cheng]. <http://www.creditsd.gov.cn/101/639.html>
- Josh, Chin, and Gillian, Wong. "China's New Tool for Social Control: A Credit Rating for Everything" <https://www.wsj.com/articles/chinas-new-tool-for-social-control-a-credit-rating-for-everything-1480351590>
- "Kreditnyy reyting. Novaya sistema Shandun Rong Cheng: predostavit lyudyam preimushchestva" [Credit rating. The new system of Shandong Rong Cheng: give people benefits]. http://www.sohu.com/a/147329254_759511
- Kahneman, D., and Tversky, A. *Choices, Values and Frames* New York: Cambridge University Press, 2002.
- Kapeliushnikov, R. I. *Povedencheskaya ekonomika i novyy paternalizm* [Behavioral economics and new paternalism]. Moscow: IDVShE, 2013.
- Omelchenko, Ye. V., and Shved, V. V. "Sheringovaya ekonomika kak put razvitiya mirovoy ekonomiki" [Schering economy as a way of development of the world economy]. *Vestnik Komi respublikanskoj akademii gosudarstvennoy sluzhby i upravleniya. Ser.: Teoriya i praktika upravleniya*, no. 18 (23) (2017): 117-121.
- Persianinov, R. "«Mekhanizmy pooshchreniya i nakazaniya»: kak v Kitaye ustroyena eksperimentalnaya sistema otsenok grazhdan i kompaniy" [«Mechanisms of encouragement and punishment»: how in China is an experimental system of assessments of citizens and companies]. <https://tjournal.ru/67888-mekhanizmy-pooshchreniya-i-nakazaniya-kak-v-kitae-ustroyena-eksperimentalnaya-sistema-ocenok-grazhdan-i-kompaniy>
- Podgayskaya, A. "Ekonomika sovместnogo potrebleniya: zarubezhnyy i otechestvennyy opyt" [Economy of joint consumption: foreign and domestic experience]. *Obshchestvo i ekonomika*, no. 2 (2017): 36-44.
- Shved, V. V. "Autsorsing. Vozmozhnosti i prepyatstviya" [Outsourcing. Opportunities and obstacles]. *Aktualnyye problemy ekonomiki i menedzhmenta*. Maykop, 2014. 193-196.
- Shved, V. V. "Kovorking: vozmozhnosti i pregrady" [Coworking: Opportunities and Obstacles]. Globalni ta natsionalni problemy ekonomiki. 2015. <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/230.pdf>
- Shved, V. V. "Kraudfanding kak novaya model ekonomiki" [Kraudfanding as a new model of the economy]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, no. 7 (2014): 197-200.
- Shved, V. V. "Teoreticheskiye aspekty sheringovoy ekonomiki" [Theoretical aspects of the shering economy]. *Ekonomichnyi forum*, no. 1 (2017): 26-32.
- Shved, V. V. "Vikinomika kak novaya vekha v upravlenii" [Wikinomics as a new milestone in management]. *Ekonomika Kryma*, no. 1 (2011): 234-237.
- Taler, R., and Sanstejn, K. *Nudge: Arkhitektura vybora. Kak uluchshit nashi resheniya o zdorovye, blagosostoyanii i shchastye* [Nudge: The architecture of choice. How to improve our decisions about health, well-being and happiness]. Moscow: Mann, 2017.
- Tapskott, D., and Uiliams, E. *Vikinomika. Kak massovoye sotrudnichestvo izmenyayet vse* [Wikinomics. How mass cooperation changes everything]. Moscow: BestBusinessBooks, 2009.
- Volchik, V. V. "Povedencheskaya ekonomika i sovremennyye tendentsii evolyutsii instituta sobstvennosti" [Behavioral economics and modern trends in the evolution of the institution of property]. *Terra Economicus*, no. 2 (2010): 71-78.
- Zheping, Huang. "All Chinese citizens now have a score based on how well we live, and mine sucks" <https://qz.com/519737/all-chinese-citizens-now-have-a-score-based-on-how-well-we-live-and-mine-sucks/>