

DOI:10.37930/1990-9780-2022-3-73-154-163

П. Л. Глухих¹, Л. В. Воронина², Э. Р. Сайфулин³

ПЕРСПЕКТИВЫ И ЦИФРОВЫЕ УГРОЗЫ МАССОВОГО ПЕРЕХОДА МИКРОПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ НА ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМЫ

Рассматривается появление передовых технологий, формирование интернет-платформ и распространение экономики совместного потребления как драйверов экономических изменений. Показано, что при этом кроме возможностей возникают и новые угрозы для предпринимателей в виде цифровых монополий. Платформизация видоизменяет экономических субъектов и модели поведения. Отказ или согласие осуществлять предпринимательскую деятельность с использованием интернет-платформ порождает цифровой разрыв и неочевидные последствия для самой массовой малой формы российского бизнеса – микропредпринимателей в силу их большей финансовой неустойчивости. С учётом всех микропредпринимателей, стоящих перед таким выбором (в том числе не имеющих государственной регистрации), совокупные последствия могут быть очень значимыми для развития предпринимательской экосистемы. С помощью методов контент-анализа зарубежных и российских научных публикаций установлено, что проблемы перехода исследуются в трёх научных направлениях: последствия экономики совместного потребления, исследования моделей поведения, в том числе предпринимательского, и когнитивных искажений. Установлено отсутствие достоверных научных знаний о перспективах и цифровых угрозах массового перехода микропредпринимателей на интернет-платформы. В будущих исследованиях требуется оценка масштабов и мотивов распространения новых моделей поведения предпринимателей на рынках интернет-платформ, а также идентификация предпринимательских паттернов и их последствий для самого предпринимателя и национальной предпринимательской экосистемы.

Ключевые слова: предпринимательское поведение, экономика платформ, микропредприниматели, модели поведения, паттерны, интернет-сервисы, поведенческая экономика, шеринг.

УДК 330.563

¹ Павел Леонидович Глухих, доцент кафедры экономики предприятий Уральского государственного экономического университета (620144, РФ, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62), канд. экон. наук, доцент, e-mail: gluchih_p_l@mail.ru.

² Людмила Васильевна Воронина, старший научный сотрудник лаборатории социо-эколого-экономических систем Федерального исследовательского центра комплексного изучения Арктики имени академика Н. П. Лаврова Уральского отделения Российской академии наук (163000, РФ, Архангельск, наб. Северной Двины, 23), канд. экон. наук, e-mail: Ludmila.science@yandex.ru.

³ Эдуард Риялович Сайфулин, программист Центра прикладного анализа больших данных Национального исследовательского Томского государственного университета (634050, РФ, Томск, пр. Ленина, 36), e-mail: sayfulin@data.tsu.ru.

Актуальность исследования деятельности микропредпринимателей обусловлена комплексом проблем:

1. Новым глобальным вызовом становится активное распространение экономики совместного потребления. Население и бизнес всё чаще вместо приобретения товаров длительного пользования выбирают их временное потребление. Такая модель поведения ведёт к снижению спроса на новые товары и услуги (например, вместо покупки автомобилей часть потребителей использует сервисы почасовой аренды). Это приведёт к новой форме перепроизводства и безработице.

2. Активизируется использование населением и бизнесом интернет-платформ. Индивиды и предприниматели стараются меньше тратить и больше зарабатывать, особенно в условиях стагнирующих доходов. Взрывной рост популярности сервисов совместного потребления в развитых странах пришёлся на период экономического кризиса, начавшегося в 2007 г. В России 10 самых посещаемых сайтов работают с использованием бизнес-модели платформы. Именно благодаря таким новым сервисам происходят реализация и обмен разнообразными товарами, услугами и ресурсами. Одно из последствий такой трансформации – перераспределение дохода от предпринимателей-производителей в пользу предпринимателей-владельцев и участников интернет-платформ. Возникают проблемы, связанные с цифровой монополией платформ⁴, как следствие – сокращение количества предпринимателей с традиционными бизнес-моделями.

3. Распространение интернет-платформ порождает новые модели поведения предпринимателей, последствия которых неочевидны. Распространяющиеся среди предпринимателей интернет-платформы усиливают предпринимательскую активность, в том числе обеспечивая более простой вход населения в предпринимательскую деятельность. Повышается зрелость рынков экономики совместного потребления, в результате трансформируются мотивы и модели их использования. Если ранее фактически доминирующим стимулом использования предпринимателями сервисов шеринга была возможность и гибкость бизнес-моделей для предпринимательской деятельности. Появление рынков нового формата в виде интернет-платформ (соцсети, доски объявлений, видеохостинги, мессенджеры и др.) ставит предпринимателей перед выбором их использования. Отказ или согласие на использование в предпринимательской деятельности интернет-платформ влияет на успешность бизнеса (развитие или стагнация). Возникает так называемый цифровой разрыв, состоящий в неравном доступе (и использовании) технологических решений для различных субъектов бизнеса [1]. Данное явление остаётся не раскрытым в научных исследованиях.

4. Когнитивные искажения снижают рациональность предпринимательского выбора. На принятие решения об использовании в бизнесе интернет-платформ влияют паттерны поведения предпринимателей. В частности, паттерн *предубеждение статус-кво* («оставить все как есть») вынуждает предпринимателей не использовать широкие возможности и гибкость бизнес-моделей, хотя это может быть рациональным и выгодным.

5. Максимальные риски из-за технологических изменений испытывает наиболее массовый сегмент самых малых форм предпринимательства – это микропредприниматели, самозанятые. Использование интернет-платформ порождает самые неочевидные

⁴ ФАС разработала новую версию закона для борьбы с цифровыми монополиями // РБК. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/15/09/2020/5f5d1c089a79470f11de9ad3 (дата обращения: 30.12.2021).

последствия именно для микробизнеса в силу его большей финансовой неустойчивости. С учётом всех микропредпринимателей, делающих такой выбор, в том числе не имеющих государственной регистрации, но осуществляющих предпринимательскую деятельность, совокупные последствия могут быть очень значимыми для развития предпринимательской экосистемы и национальной экономики. Интернет-платформы активизируют расширение теневой экономики России. В то же время наблюдается недостаточное понимание общественной и государственной важности развития и поддержки микропредпринимательства.

С учётом отмеченного требуются: выявление и объяснение массовых моделей поведения микропредпринимателей на интернет-платформах, оценка влияния когнитивных искажений на результативность бизнеса и установление последствий для предпринимательской экосистемы в России, а также выработка практического инструментария по их оптимизации. На начальном этапе оценим актуальность и научную изученность указанных проблем.

Контент-анализ зарубежных (Web of Science) и российских научных публикаций (РИНЦ) показал, что перспективы и цифровые угрозы массового перехода микропредпринимателей на интернет-платформы исследуются в рамках трёх наиболее близких научных направлений:

1. *Исследование последствий экономики совместного потребления*. Создателями концепции были американские исследователи Р. Боцман и Р. Роджерс (2010) [2]. Сначала концепция получила в подавляющем большинстве крайне позитивный отклик, но впоследствии она активно критиковалась:

1.1. Идея децентрализации и равенства в экономике совместного потребления. Идея равного сотрудничества основана на том, что интернет может облегчить межличностные обмены без посредничества крупных корпораций. Данная идея была подхвачена и превозносилась, а позже активно критиковалась [3, 4].

1.2. Суть и возможности экономики совместного потребления раскрывают, например, С. Й. Барнес и Й. Маттссон [5]. Они выявили, что для потребителей наиболее важными являются экономические и экологические возможности, социальные выгоды, а также принадлежность к определённому сообществу пользователей. Для лучшего понимания экономики совместного потребления её сравнивают с другими концепциями «новой экономики» (например, Э. Хайнс [6]), однако пока не очень содержательно. Некоторые научно-популярные и многие отечественные публикации часто ограничиваются описанием экономики совместного потребления, рассматривая её как внешнее условие, влияющее на изучаемый объект (М. Ю. Саенко [7] и М. Б. Зезин, А. М. Вороников [8]). Несмотря на названия публикаций в большинстве случаев в них не раскрывается степень проявления экономики совместного потребления в России.

1.3. Прикладной аспект рассматривается в исследованиях Российской ассоциации электронных коммуникаций «Экономика совместного потребления в России»⁵. В них приводятся эмпирические данные, характеризующие развитие и перспективы экономики совместного потребления; даётся анализ мотиваций пользователей интернет-платформ; создаётся обобщённый портрет пользователя и ключевые тренды развития в России. Существующие зарубежные аналитические исследования PwC⁶ не на-

⁵ Экономика совместного потребления в России // Российская ассоциация электронных коммуникаций. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9845/> (дата обращения: 12.12.2021).

⁶ The sharing economy // PricewaterhouseCoopers. URL: <http://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf> (дата обращения: 12.12.2021).

правлены на глубокое понимание природы и прогнозирование последствий распространения предпринимательских моделей поведения россиян.

1.4. Поведение индивидов на интернет-платформах экономики совместного потребления. В отдельных исследованиях анализируются ожидания пользователей интернет-платформ с целью выявления принципов экономики совместного потребления [9]. К сожалению, исследование не рассматривает предпринимателей в качестве особой группы участников платформ, не анализирует их поведение с точки зрения когнитивных искажений.

Таким образом, исследование экономики совместного потребления активно развивается за рубежом и в России, однако недостаточно раскрытой остаётся область оценки последствий распространения экономики совместного потребления для предпринимателей. Поэтому важно повысить системность изучения научного направления по исследованию экономики совместного потребления как социо-экономической концепции, трансформирующей поведение большого количества современных индивидов и бизнесов. Эволюция теории и практики требует включения в концепцию нескольких исследовательских областей, в том числе рассмотрения особой роли предпринимателей, активизирующих экономику совместного потребления.

2. Исследование предпринимательского поведения.

2.1. Если ранее под предпринимательством понималась только деятельность, направленная на реализацию коммерческих проектов с целью получения прибыли, то в мейнстримовской теории утвердилось более широкое определение предпринимательства – как деятельности по открытию и применению рыночных возможностей (У. де Сото [10] и А. Ю. Чепуренко [11]). Согласны, что важно рассматривать современное предпринимательство как особый тип проактивного поведения человека (в том числе не имеющего официального статуса), результатами которого являются и продукты, и идеи, и институты.

2.2. Предпринимательское поведение, обусловленное использованием интернет-платформ, затрагивается лишь в отдельных исследованиях. Так, Б. Ж. Тагаров [12] рассматривает инновационные формы производства, для которых важно наличие интернет-платформ. Е. А. Ермакова и К. А. Кудрявцев [13] показывают значение интернет-платформ для сотрудничества компании, принимающей принцип открытых инноваций.

Широкое распространение получают малообследованные предпринимательские модели поведения на рынках интернет-платформ. Учёт бурного развития новых технологий, становления рынков будущего и экономики совместного потребления как детерминант новых моделей предпринимательского поведения придаёт направлению фундаментальный характер. Установлено отсутствие достоверных научных знаний о мотивах широкого распространения новых предпринимательских моделей поведения в экономике совместного потребления и их последствий для предпринимательской экосистемы.

3. *Исследование моделей поведения и когнитивных искажений.* Существенный научный прорыв в сфере объяснения моделей поведения индивидов осуществлён с использованием поведенческой экономики. Основы этого направления экономической теории заложены С. Хербертом в 1958 г. [14], одним из первых выступившим с критикой доминирующего в науке предположения об абсолютной рациональности людей. Р. Селтен экспериментально доказал [15], что принятое индивидом решение не обязательно соответствует наиболее полному набору факторов, которые он использовал при выборе решения. Наиболее близкой нам является теория перспектив (Prospect Theory),

сформулированная Д. Канеманом и А. Тверски [16]. Их альтернативный подход со временем был признан более точным при описании реального порядка принятия решений (два этапа: редактирование и оценка перспектив). К сожалению, других исследований, протестировавших данный подход к процессу предпринимательского решения, не последовало. Эмпирически не проверялось наличие различий в механизме принятия решения у предпринимателя и не предпринимателя. Базовым направлением исследований в современной поведенческой экономике являются паттерны (когнитивные искажения) в моделях поведения.

3.1. Предубеждение статус-кво. Д. Канеман, А. Тверски, Р. Талер раскрыли важный паттерн поведения – предубеждение статус-кво. Именно он часто замедляет появление и распространение более выгодных моделей поведения. Р. Талер предложил для преодоления данной иррациональности использовать механизм «подталкивания» (воздействия мягкой силой). Представляется, что оценка его эффективности в оптимизации распространения моделей поведения предпринимателей на рынках интернет-платформ в формирующейся экономике совместного потребления может оказаться важной с научной и практической точек зрения.

3.2. Репрезентативность. Д. Канеман раскрыл когнитивные искажения, приводящие к неточности суждений и иррациональности в экономическом поведении индивидов. Наиболее близкой к тематике статьи является выявленная им эвристическая черта вероятностного мышления – репрезентативность [18]. Суть её в том, что человек склонен воспринимать вероятность события, исходя из того, насколько оно соотносится с разделяемой им психической моделью. Нам не удалось найти исследования, оценивающие этот эффект у предпринимателей: например, насколько они склонны использовать новые бизнес-возможности, узнав о положительных примерах их применения другими предпринимателями.

3.3. Отечественные исследования моделей поведения по наиболее близкой тематике проводятся в ряде российских научных центров. Международная лаборатория экспериментальной и поведенческой экономики Высшей школы экономики, в частности А. В. Белянин [19], исследует отклонения в поведении индивидов от традиционной экономики, анализирует индивидуальные теории принятия решений, структурные модели индивидуальных предпочтений. В Петербургской школе экономической психологии (И. В. Андреева [20], О. С. Дейнека [21]) исследуется экономическое поведение современной молодежи с учётом динамики ценностей. В лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН (А. Л. Журавлев, Т. А. Нестик [22, 23], Е. В. Тугарёва [24], Т. В. Дробышева [25]) исследуются типология субъективного экономического благополучия субъекта и общие вопросы экономической социализации личности. В лаборатории интернет-исследований Высшей школы экономики Ю. Г. Рыков выявлял паттерны, присущие участникам онлайн-групп разных типов в социальной сети «ВКонтакте» [26]. Найден паттерн «ядро – периферия» как форма сетевого неравенства, проявляющаяся в различном количестве социальных контактов (количество друзей и лайков). Однако исследования данных центров не затрагивают предпринимательское поведение в качестве самостоятельного объекта изучения.

Несмотря на многочисленные исследования моделей поведения и когнитивных искажений индивидов, выявленные теоретические положения не нашли должного применения и проверки их проявления у предпринимателей ни в зарубежных, ни в российских исследованиях.

Выводы

Полнота проведённого обзора исследований позволяет утверждать о плохой изученности актуальной темы в российском сегменте научной литературы. Некоторые аспекты проблемы исследуются зарубежными, а в ряде случаев и отечественными специалистами. Однако в рассмотренных работах не осуществлялись выявление и описание предпринимательских моделей поведения на рынках интернет-платформ, тем более не производилась оценка последствий их распространения в российских условиях. Представляется, что взаимоувязка обозначенных аспектов исследования: оценка предпринимательского поведения через призму поведенческой экономической теории, проверка использования российскими предпринимателями доказанных в поведенческой экономике моделей поведения, в том числе обусловленных экономикой совместного потребления, требует дополнительных исследований.

Отсутствуют достоверные знания о масштабах, мотивах и последствиях широкого распространения новых моделей поведения предпринимателей на рынках интернет-платформ, стимулируемых экономикой совместного потребления, а также идентификация индивидуальных поведенческих паттернов на рынках интернет-платформ и их последствий для самого предпринимателя и национальной предпринимательской экосистемы. Подтверждением существования данной научной проблемы в российском исследовательском поле является интерес зарубежных учёных к изучению поведения предпринимателей на рынках интернет-платформ, но практически полное отсутствие соответствующих отечественных работ. Проблема вызвана недостаточной развитостью теоретико-методологического подхода и методического инструментария оценки предпринимательских моделей поведения на рынках интернет-платформ. Наименее развитыми в российском и зарубежном подходах, но важными для практического использования являются положения о влиянии когнитивных искажений в предпринимательских моделях поведения и последствия их массового распространения, что придаёт указанной проблеме ещё большую научную значимость.

Таким образом, значение экономики совместного потребления не столь очевидно – требуется взвешенный, междисциплинарный ответ на вызовы, которые она формирует. Появление рынков нового формата в виде интернет-платформ ставит предпринимателей перед выбором. С одной стороны, налицо все признаки расширения выхода (в том числе вынужденного) микропредпринимателей на рынки интернет-платформ. Отказ или согласие на предпринимательскую деятельность с использованием интернет-платформ влияет на успешность бизнеса (развитие или стагнация). С другой стороны, отсутствуют достоверные научные знания о перспективах и цифровых угрозах массового перехода микропредпринимателей на интернет-платформы. Существующий методический инструментарий не позволяет выполнить массовую оценку последствий распространения моделей поведения предпринимателей на рынках интернет-платформ для национальной предпринимательской экосистемы.

Список литературы

1. Морозов, Р. В. Интеллектуализационные преобразования и цифровые разрывы в функционировании предприятий легкой промышленности / Р. В. Морозов, И. С. Белясов // Журнал экономических исследований. – 2020. – № 6(6). – С. 14–32.
2. Botsman R., Rogers R. (2010) What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. Harper Business. 304 p.

3. Belk R. (2014) You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), pp. 1595–1600.
4. Slee T. (2015) *What 's Yours Is Mine: Against the Sharing Economy*. New York: OR Books. 240 p.
5. Barnes S. J., Mattsson J. (2017) Understanding collaborative consumption: Test of a theoretical model. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, pp. 281–292.
6. Хайнс, Э. Как подготовиться к «безработному» будущему / Э. Хайнс // Форсайт. – 2019. – Т. 13, № 1. – С. 19–30.
7. Саенко, М. Ю. Совместное потребление как новая социально-экономическая модель общества / М. Ю. Саенко // Россия и мировое сообщество: актуальные проблемы современности / под. общ. ред. С. Д. Морозова, М. В. Погодина, В. Б. Жиромской. – Пенза: РИО ПГАУ, 2017. – С. 116–129.
8. Зезин, М. Б. Шеринговая экономика и перспективы ее развития в России / М. Б. Зезин, А. М. Воротников // Журнал экономических исследований. – 2018. – Т. 4, № 5. – С. 1–11.
9. Stanoevska-Slabeva K., Lenz-Kesekamp V., Suter V. (2017) Platforms and the Sharing Economy: An Analysis EU H2020 Research Project Ps2Share: Participation, Privacy, and Power in the Sharing Economy. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3102184>. URL: https://www.researchgate.net/publication/322845971_Platforms_and_the_Sharing_Economy_An_Analysis_EU_H2020_Research_Project_Ps2Share_Participation_Privacy_and_Power_in_the_Sharing_Economy_2017 (дата обращения: 12.12.2021).
10. *de Coto, У.* Социализм, экономический расчет и предпринимательская функция / У. де Сото. – Челябинск: ИРИСЭН; Социум, 2008. – 488 с.
11. Чепуренко, А. Ю. Как и зачем обучать студентов предпринимательству / А. Ю. Чепуренко // Вопросы образования. – 2017. – № 3. – С. 248–276.
12. Тагаров, Б. Ж. Специфические черты новых форм производства и потребления благ в одноранговой экономике / Б. Ж. Тагаров // Экономические отношения. – 2019. – Т. 9, № 2. – С. 1341–1352.
13. Ермакова, Е. А., Кудрявцев, К. А. Роль онлайн-платформ как посредника в реализации модели открытых инноваций / Е. А. Ермакова, К. А. Кудрявцев // Инновации. – 2014. – № 1 (183). – С. 77–81.
14. March J. G., Simon H. A. (1958) *Organizations*. New York. 262 p.
15. Selten R. (1988) *Models of strategic rationality*. Springer, 318 p.
16. Kahneman D., Tversky A. (1979) Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), pp. 263–292.
17. Kahneman D., Knetsch J., Thaler R. (1991) The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), pp. 193–206. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>.
18. Kahneman D. (2011) *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux, 40–44.
19. Белянин, А. В. Лицом к человеку: достижения и вызовы поведенческой экономики / А. В. Белянин // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2017. – Т. 34, № 2. – С. 166–175.
20. Андреева, И. В. Регулирование социально-трудовых отношений в России: ценностный подход / И. В. Андреева, О. Б. Бетина, И. А. Чеховских // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2013. – № 1 (60). – С. 78–85.
21. Забелина, Е. В. Модель психологического времени молодого поколения в период глобализации, обусловленная динамикой универсальных ценностей / Е. В. Забелина, Ю. В. Че-

стюнина, И. А. Трушина, О. С. Дейнека // Вестник Удмуртского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2018. – Т. 28, № 2. – С. 182–192.

22. Журавлев, А. Л. Прогнозирование и его перспективы в психологической науке (ответ участникам дискуссии) / А. Л. Журавлев, Т. А. Нестик, А. В. Юревич // Психологический журнал. – 2019. – Т. 40, № 1. – С. 118–125.

23. Нестик, Т. А. Психология глобальных рисков / Т. А. Нестик, А. Л. Журавлев. – М.: Институт психологии РАН, 2018. – 402 с.

24. Тугарева, Е. В. Динамика решений в двусторонних экономических сделках / Е. В. Тугарева // Экономическая психология в современном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – М.: Экон-Информ, 2012. – С. 204–206.

25. Дробышева, Т. В. Пресыщенность молодежи условиями проживания в мегаполисе: результаты эмпирического исследования / Т. В. Дробышева, И. В. Ларионов // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2018. – Т. 3, № 3 (11). – С. 112–129.

26. Рыков, Ю. Г. Сетевое неравенство и структура онлайн-сообществ / Ю. Г. Рыков // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2015. – Т. 18, № 4. – С. 144–156.

References

1. Morozov R. V., Beljasov I. S. (2020) Intellektualizacionnyye preobrazovaniya i cifrovyye razryvy v funkcionirovanii predpriyatij legkoj promyshlennosti [Intellectual transformation and digital divide in the functioning of light industry enterprises]. *Journal of Economic Studies*, 6(6), pp. 14–32.

2. Botsman R., Rogers R. (2010) *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. HarperBusiness. 304 p.

3. Belk R. (2014) You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), pp. 1595–1600.

4. Slee T. (2015) *What's Yours Is Mine: Against the Sharing Economy*. New York: OR Books. 240 p.

5. Barnes S. J., Mattsson J. (2017) Understanding collaborative consumption: Test of a theoretical model. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, pp. 281–292.

6. Hajns Je. (2019) *Kak podgotovit'sya k "bezrobotnomu" budushhemu* [Getting Ready for a Post-Work Future]. *Foresight and STI Governance*, 13(1), pp. 19–30.

7. Saenko M. Ju. (2017) *Sovmestnoe potreblenie kak novaja social'no-jekonomicheskaja model' obshhestva* [Joint consumption as a new socio-economic model of society]. *Russia and the world community: actual problems of our time*. Under the general editorship of S. D. Morozova, M. V. Pogodina, V. B. Zhiromskoj. Penza: Penzenskij gosudarstvennyj agrarnyj universitet, pp. 116–129.

8. Zezin M. B., Vorotnikov A. M. (2018) *Sheringovaja jekonomika i perspektivy ee razvitija v Rossii* [Sharing economy and prospects of its development in Russia]. *Journal of Economic Studies*, 4(5), pp. 1–11.

9. Stanoevska-Slabeva K., Lenz-Kesekamp V., Suter V. (2017) *Platforms and the Sharing Economy: An Analysis EU H2020 Research Project Ps2Share: Participation, Privacy, and Power in the Sharing Economy*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3102184>. URL: https://www.researchgate.net/publication/322845971_Platforms_and_the_Sharing_Economy_An_Analysis_EU_H2020_Research_Project_Ps2Share_Participation_Privacy_and_Power_in_the_Sharing_Economy_2017 (дата обращения: 12.12.2021).

10. de Soto U. (2008) Socializm, jekonomicheskij raschet i predprinimatel'skaja funkcija [Socialism, Economic calculation and entrepreneurial function]. Chelyabinsk: IRISEN, Socium. 488 p.
11. Chepurenko A. Ju. (2017) Kak i zachem obuchat' studentov predprinimatel'stvu [How and Why Entrepreneurship Should Be Taught to Students: Polemical Notes]. Educational Studies Moscow, 3, pp. 248–276.
12. Tagarov B. Zh. (2019) Specificheskie cherty novyh form proizvodstva i potreblenija blag v odnorangovoj jekonomike [Specific features of new forms of production and consumption of goods in peer-to-peer economy]. Journal of International Economic Affairs, 9(2), pp. 1341–1352.
13. Ermakova E. A., Kudrjavcev K. A. (2014) Rol' onlajn-platform kak posrednika v realizacii modeli otkrytyh innovacij [The role of online platforms as a facilitator in the model of open innovations]. Innovations, 1(183), pp. 77–81.
14. March J. G., Simon H. A. (1958) Organizations. New York. 262 p.
15. Selten R. (1988) Models of strategic rationality. Springer. 318 p.
16. Kahneman D., Tversky A. (1979) Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. Econometrica, 47(2), pp. 263–292.
17. Kahneman D., Knetsch J., Thaler R. (1991) The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. Journal of Economic Perspectives, 5(1), pp. 193–206. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>.
18. Kahneman D. (2011) Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux, 40–44.
19. Beljanin A. V. (2017) Licom k cheloveku: dostizhenija i vyzovy povedencheskoj jekonomiki [Face to face to human being: achievements and challenges of behavioral economics]. Journal of the New Economic Association, 34(2), pp. 166–175.
20. Andreeva I. V., Betina O. B., Chehovskih I. A. (2013) Regulirovanie social'no-trudovyh otnoshenij v rossii: cennostnyj podhod [Regulation of labor relations in Russia: value approach]. Bulletin of the Injecon. Series: Economics, 1(60), pp. 78–85.
21. Zabelina E. V., Chestjunina Ju. V., Trushina I. A., Dejneka O. S. (2018) Model' psihologicheskogo vremeni mladogo pokolenija v period globalizacii, obuslovlennaja dinamikoj universal'nyh cennostej [Model of psychological time of the young generation in the globalization period featuring the dynamics of universal values]. Bulletin of Udmurt University. Series Philosophy. Psychology. Pedagogy, 28(2), pp. 182–192.
22. Zhuravlev A. L., Nestik T. A., Jurevich A. V. (2019) Prognozirovanie i ego perspektivy v psihologicheskoy nauke (otvet uchastnikam diskussii) [Forecasting and its prospects in psychological science (reply to participants of the discussion)]. Psikhologicheskii Zhurnal, 40(1), pp. 118–125.
23. Nestik T. A., Zhuravlev A. L. (2018) Psihologija global'nyh riskov [Psychology of Global Risks]. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. 402 p.
24. Tugareva E. V. (2012) Dinamika reshenij v dvustoronnih jekonomicheskikh sdelkah [Dynamics of decisions in bilateral economic transactions]. Economic psychology in the modern world: materials of the International Scientific and Practical Conference. Moscow: Ekon-Inform, pp. 204–206.
25. Drobysheva T. V., Larionov I. V. (2018) Presyshhennost' molodezhi uslovijami prozhivaniya v megapolise: rezul'taty jempiricheskogo issledovaniya [The satiety of young people with the living conditions in the megapolis as socio-psychological phenomenon: results of the empirical study]. Institute of Psychology Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology, 3(11), pp. 112–129.

26. Rykov Ju. G. (2015) Setevoe neravenstvo i struktura onlajn-soobshhestv [Network inequality and the structure of online communities]. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 18(4), pp. 144–156.

P. L. Glukhikh⁷, L. V. Voronina⁸, E. R. Saifulin⁹. Prospects and Digital Threats of the Mass Transition of Microentrepreneurs to Internet Platforms. The rapid emergence of advanced technologies, internet platforms and the spread of the sharing economy are the drivers of economic change. In addition to opportunities, new threats are being created for entrepreneurs in the form of digital monopolies. Platforms modify economic entities and the behavioral models they apply. Refusal or consent to carry out business activities using internet platforms generates a digital divide. The consequences for the most massive small form of Russian business – microentrepreneurs are not obvious. Considering all microentrepreneurs, including those who do not have state registration, the cumulative consequences can be very significant for the entrepreneurial ecosystem. The purpose of the article is to systematize scientific approaches to the study of prospects and digital threats of the mass transition of microentrepreneurs to internet platforms. Using the methods of content analysis of foreign and Russian publications, it is systematized that the problems of transition are investigated in three directions: the consequences of the economy of shared consumption, the study of models of entrepreneurial behavior and cognitive distortions. The lack of scientific knowledge about the prospects and digital threats of the transition of microentrepreneurs to internet platforms has been established. The scientific significance lies in the actualization of this scientific field. In future studies, it is necessary to assess the extent and motives for the dissemination of business behavior models on internet platforms. And identification of entrepreneurial patterns and their consequences for the entrepreneur himself and the entrepreneurial ecosystem.

Keywords: entrepreneurial behavior, platform economics, microentrepreneurs, behavior models, patterns, internet services, behavioral economics, sharing economy.

⁷ Pavel L. Glukhikh, docent of Enterprises Economics Department Ural State University of Economics (8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45, Ekaterinburg, 620144, Russia), Candidate of Econ. Sc., docent, e-mail: gluchih_p_l@mail.ru.

⁸ Lyudmila V. Voronina, Senior Researcher, Laboratory of socio-ecological and economic systems, N. Laverov Federal Center for Integrated Arctic Research (23, Naberezhnaya Severnoi Dviny, Arkhangelsk, 163000, Russia), Candidate of Econ. Sc., e-mail: Ludmila.science@yandex.ru.

⁹ Eduard R. Saifulin, Programmer of the Center for Applied Big Data Analysis Tomsk State University (Lenin Av., 36, Tomsk, 634050, Russia), e-mail: sayfulin@data.tsu.ru.