

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) www.economy.nayka.com.ua | № 8, 2021 | 26.08.2021 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2021.8.73](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.8.73)

УДК 330.88:(101.8+004.9)

К. М. Краус,
к. е. н., доцент, доцент кафедри управління,
Київський університет імені Б. Грінченка
ORCID ID: 0000-0003-4910-8330

Н. М. Краус,
д. е. н., доцент, професор кафедри фінансів та економіки,
Київський університет імені Б. Грінченка
ORCID ID: 0000-0001-8610-3980

С. М. Голубка,
д. е. н., професор, радник, Рахункова палата України
ORCID ID: 0000-0002-5296-4798

ШЕРИНГОВА ЕКОНОМІКА: ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ШЛЯХУ ДО ІНДУСТРІЇ 4.0

K. Kraus
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management,
Borys Grinchenko Kyiv University

N. Kraus
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Finance and Economics, Borys Grinchenko Kyiv University

S. Holubka
Doctor of Economic Sciences, Professor, Counselor, Accounting Chamber of Ukraine

SHARING ECONOMY: DIGITAL TRANSFORMATION OF ENTREPRENEURSHIP ON THE WAY TO INDUSTRY 4.0

У статті авторами висловлено думка про те, що шеринг являє собою деякий вузол горизонтальних бізнес зв'язків та IT-платформи, яка поєднує мільйони продавців та клієнтів. Тобто, індивідууми та компанії замість того, щоб купити потрібну їм річ чи отримати послугу, беруть в оренду квартиру, транспортний засіб, будинок, побутову техніку, складське приміщення, книги, інструменти, обладнання.

Представлено постулати на яких базується концепція сучасного шерингу, серед чого економія часу і ресурсів, корисності, застосунок комунікаційних технологій, довіра, раціональне споживання. Визначено рушійні сили розвитку шерингової економіки, а саме: відроджена довіра, екологічні проблеми, світова економічна криза, пірингові соціальні мережі та технології реального часу та ін.

Аргументовано дослідженням статті, що набирає популярності тренд "користуватися" замість "мати", стає запитуваною відкритістю користувачів до нових сервісів і отримання нового клієнтського досвіду, окрім того споживачі все частіше вибирають локальні компанії з "людським обличчям" замість корпорацій. Висловлено думку про те, що слід залучати населення в "мережеву соціальність" на основі: самоорганізації, через соціальні платформи, використовуючи можливості Інтернету для обговорення Форсайт-проектів з особливо значущих питань розвитку економіки спільного споживання. Це в

майбутньому дозволить використовувати ІТ-технології для визначення бар'єрів, які обмежують розвиток певних ринків, напрямів і інтеграції послуг до концепції "спільного споживання".

Авторами представлено типи споживання мережевого суспільства, що закладають базис для становлення шерингової економіки, а саме: персоналізоване споживання, спільне споживання, спільне створення. Висловлена думка про те, що найважливішим фактором переходу до шерингової економіки є трансформації клієнтського обслуговування. Саме клієнт, що відрізняється від споживача активним залученням до процесу формування своєї ціннісної пропозиції, сьогодні є ключовою дійовою особою ринку. Зауважено, що сьогодні виділяють три напрями цифрової трансформації, що пов'язані з клієнтським досвідом, операційними процесами і новою бізнес-моделлю. Вибір шляху залежить від ресурсів організації, а також ефективності застосування самого економічного аналізу.

Представлено авторську візуалізацію поетапності в можливості використання шерингу в ході реалізації бізнес-проєкту та вказано етапи розвитку шерингової економіки в умовах віртуальної реальності. Приведено показники діяльності лідерів економіки спільного користування.

Authors suggest that sharing is a hub of horizontal business relationships and an IT platform that connects millions of sellers and customers. That is, individuals and companies, instead of buying the thing they need or get a service, rent an apartment, vehicle, house, appliances, storage, books, tools, equipment.

The postulates on which the concept of modern sharing is based are presented, including saving of time and resources, usefulness, application of communication technologies, trust, rational consumption. The driving forces of the development of sharing economy are identified, namely: revived trust, environmental problems, global economic crisis, peer-to-peer social networks and real-time technologies, etc.

Argued by the study of the article, which is gaining popularity trend "use" instead of "mother", is becoming open to users' openness to new services and new customer experience, in addition, consumers are increasingly choosing local companies with a "human face" instead of corporations. The opinion was expressed that the population should be involved in the "network sociality" on the basis of: self-organization, through social platforms, using the Internet to discuss foresight projects on particularly important issues of consumer economy. In the future, this will allow the use of IT technologies to identify barriers that limit the development of certain markets, areas and the integration of services into the concept of "shared consumption".

Authors present the types of consumption of the network society that lay the foundation for the formation of sharing economy, namely: personalized consumption, joint consumption, joint creation. The opinion is expressed that the most important factor in the transition to sharing economy is the transformation of customer service. It is the customer, who differs from the consumer by active involvement in the process of forming its value proposition, today is a key player in the market. It is noted that today there are three areas of digital transformation, related to customer experience, operational processes and a new business model. The choice of path depends on the resources of the organization, as well as the effectiveness of the economic analysis.

Author's visualization of phasing in the possibility of using sharing in the implementation of a business project is presented and the stages of development of sharing economy in the conditions of virtual reality are indicated. The indicators of activity of the leaders of the common economy are given.

Ключові слова: шерингова економіка; модель шерингу; цифрове підприємництво; віртуальні цифрові платформи; цифрова трансформація; Індустрія 4.0.

Key words: sharing economy; sharing model; digital entrepreneurship; virtual digital platforms; digital transformation; Industry 4.0.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Очевидно, що на економіку шеринга працюють відразу два фактори – поліпшення якості комунікацій, а також збільшення кількості параметрів за якими оцифровується кожна конкретна людина. Отже, чим більше стане оцифровуватися світ навколо нас, тим більше з'явиться підстав для виникнення шерингової комунікації. Таким чином, користувачі зможуть швидко орієнтуватися в тому, яким ресурсом володіє певна людина і яка в нього репутація. Точно так виглядає модель цифрового суспільства, до якого ми рухаємося: кожна людина в цьому суспільстві стає брандом, що володіє певним набором якостей, компетенцій і ресурсів.

Здатність країн і різних компаній підпорядковувати собі цифрову трансформацію істотно відрізняється і залежить від їх рівня розвитку та цифрової готовності. Розвинені країни багато в чому краще підготовлені до вирішення проблем, пов'язаних зі зростаючою роллю цифрових платформ, ніж країни, які мають обмежені ресурси і можливості. Окрім того, багатьом компаніям в країнах з іншою концепцією економічного розвитку, що є адекватною сучасним науково-технологічним трансформаціям, а також моделі шерингової економіки, не вистачає необхідних можливостей, навичок і знань щоб в повній мірі використовувати переваги цифрової економіки. Навіть якщо у них є доступ до мобільних телефонів або Інтернету, вони можуть не знати як ефективно використовувати такі засоби для розвитку свого бізнесу. Країни, чії можливості перетворення цифрових даних в цифрову політику і підприємницькі можливості обмежені знаходяться в явно невідповідному становищі в плані створення вартості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Із дослідженням загальних аспектів цифрової трансформації підприємництва на засадах економіки спільного користування та інституціоналізації інноваційно-цифрового бізнесу в умовах віртуальної реальності пов'язані імена Н. Андрусак [1], О. Голобородька [2], О. Криворучко [3], Н. Краус, К. Краус [4–7], В. Осецького [8–9] та ін.. Питанням розвитку та поширення шерингової економіки присвятили свої роботи закордонні учені. Так можна відзначити роботу Р. Чейз, яка дослідила, як люди і платформи створюють економіку спільного споживання і трансформують капіталізм. Пояснила поняття спільної участі, «принцип вулика» і модель взаємодії P2P [10]. Закордонний дослідник Р. Ботсман у своїх дослідженнях пояснює, як технології трансформують спілкування і створюють довіру між людьми [11]. Вчений Л. Ганські у своїх дослідженнях розкриває сутність речей, які краще використовувати спільно [12].

Науковець зі світовим ім'ям А. Сундарараджан провів дослідження про онлайн-довіру між людьми усього світу [13]. Б. Крамер, об'єктивно сфокусувавши свою увагу на доведенні необхідності поширення інформації про себе і свою компанію використовуючи соціальні мережі [14]. Серед вітчизняних учених заслуговують на увагу наукові праці Н. Рошину і Л. Борданову, які досліджували перспективи розвитку економіки спільної участі [15]. Український дослідник Кукса В. розкриває в своїх наукових працях модель взаємодії та особливості співпраці учасників – користувачів шерингу, досліджує сфери поширення шерингових платформ та вивчає їх життєвий цикл [16]. Група науковців під керівництвом В. Опалько і В. Мотриченко розглядають глобальні тенденції та поширення Інтернет-технологій у світовій практиці [17]. Дослідження М. Макаручак присвячено з'ясуванню змісту унікальних конкурентних переваг на прикладі шерингових платформ.

Разом з тим, значна кількість питань, таких наприклад, як робота на цифрових платформах, як системоутворювальних субстанціях і матрицях шерингової економіки; інституціональні аспекти функціонування шерингової економіки в умовах віртуальної реальності; цифрова трансформація підприємництва в контексті становлення Індустрії 4.0, залишаються недостатньо дослідженими й потребують подальшого вивчення. До того ж, відсутнє чітке уявлення того, чи можливе цифрове підприємництво в Україні на засадах шерингової економіки.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Запропонувати авторську візуалізацію поетапності в можливості використання шерингу в ході реалізації бізнес-проекту в умовах віртуальної мобільності. Конкретизувати етапи розвитку шерингової економіки в умовах віртуальної реальності. Проаналізувати показники діяльності лідерів економіки спільного користування/використання на цифрових платформах. Використовуючи матричний метод, представити постулати на яких базується концепція сучасного шерингу, вказано рушії розвитку шерингової економіки. Представити типи споживання мережевого суспільства, що закладають базис для становлення шерингової економіки, серед чого вказано краудфандинг, персоналізоване споживання, попит на ремісництво, спільне споживання, спільне творення.

Вклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Шеринг являє собою деякий вузол горизонтальних бізнес зв'язків та ІТ-платформи, яка поєднує мільйони продавців та клієнтів. Економіка спільного користування являє собою соціально-економічну систему, яка заснована на спільному використанні матеріальних і людських ресурсів. Тобто, індивідууми та компанії замість того, щоб купити потрібну їм річ чи отримати послугу, беруть в оренду квартиру, транспортний засіб, будинок, побутову техніку, складське приміщення, книги, інструменти, обладнання.

У шеринговій економіці люди надають послуги чи продають товари один одному напряму, без участі великих гравців чи корпорацій. На допомогу у цьому приходять сучасні додатки та портали, які беруть комісії за свої послуги з тієї чи іншої сторони, надаючи доступ до клієнтської чи підприємницької бази, перевіряючи обидві сторони договору, та виступаючи гарантом благонадійності обох. Ці додатки можуть бути публічними компаніям, вартість яких на біржах сягає десятків мільярдів доларів. Наприклад, очікувана капіталізація від IPO UBER складає \$100 млрд. [18].

Емпірична дійсність доводить, що в усіх країнах цифрові підприємці мають обмежені можливості розробки базових цифрових технологій всередині країни і стикають з різними перешкодами, особливо якщо вони прагнуть розширити базу цифровим платформам. Головні вузькі місця в розвитку цифрової екосистеми підприємництва та інновацій – невисока ефективність ринкових механізмів, недолік підприємницьких знань і досвіду, нестача кваліфікованої робочої сили і обмежений доступ до фінансування.

Економіка спільного споживання та її платформи стали найбільш зручним і дешевим способом донесення інформації до клієнта в порівнянні з традиційними. Ще однією перевагою шерингової економіки є можливість повторного використання товарів (ресурсів або благ), термін використання яких не тривалий (іграшки, DVD-приставки, апарати з реабілітації, ваги, розвиваючі килимки, пеленальні столи, дитячі велосипеди, інтерактивні іграшки тощо). Інтернет-технології, смартфони із GPS дозволяють людям побачити, де розташована найближча орендована машина, соціальні мережі забезпечують спосіб перевірки людей і побудови довіри, онлайніві платіжні системи обробляють платежі (табл. 1). Отож, виникає потужний шеринговий взаємозв'язок між фізичною і віртуальною сферами життя [16, с. 75].

Таблиця 1.

Рушії розвитку шерингової економіки та постулати на яких базується концепція сучасного шерингу

Постулати на яких базується концепція сучасного шерингу	Рушійні сили розвитку шерингової економіки
<i>Економія часу та ресурсів</i> (до прикладу: не потрібно купувати авто, щоб раз на місяць виїхати за місто).	Світова економічна криза, яка змусила відмовлятися від бездумного споживання.
<i>Вигода</i> (наприклад, надання житла в оренду знижує витрати на його утримання).	Екологічні проблеми все більше впливають на економіку та повсякденне життя суспільства.
<i>Використання комунікаційних технологій.</i> Комунікації в даному випадку розглядаються як ключовий драйвер шерингу. Викликано це тим, що популярність шерингу зумовлена саме розвитком комунікаційних технологій. Доступність мобільного зв'язку та Інтернету є одним з ключових драйверів шерингової економіки. Доступність гаджетів. Розвиток Інтернет-спільноти. Затребуваність кастомізованих сервісів.	Ментальне переосмислення існуючих цінностей донедавна гіперспоживання, на користь цінності спільного/суспільного споживання., раціонального використання речей, дбайливе ставлення до обмежених ресурсів.
<i>Довіра.</i> Соціальний ефект від шерингу сприяє збільшенню загального рівня довіри у суспільстві. Загальна ж ідеологія шерингової економіки якнайкраще ілюструється принципом “win-win”, коли від взаємодії виграють обидві сторони. Довіра – це фундамент, на якому будуються шерингові майданчики. Головним “будівельним матеріалом” є репутація, яка в свою чергу вибудовується по “цеглинках”.	Відроджена віра у важливість спільнот і переосмислення того, що насправді означають слова “друг” та “сусіди”. Іншими словами, люди стали більше довіряти одне одному і частіше заємопомогати. Відчуття спільності, причетності, доброзичливості один до одного.
<i>Раціональне споживання</i> (наприклад, оптимальне користування транспортом знижує шкідливі викиди).	Пірингові (тобто такі, що базуються на рівності всіх учасників) соціальні мережі та технології реального часу радикально змінили поведінку величезної кількості людей.
Набирає популярності тренд “користуватися” замість “мати”. Відкритість користувачів до нових сервісів і отримання нового клієнтського досвіду. Споживачі все частіше вибирають локальні компанії з “людським обличчям” замість корпорацій.	

(згруповано авторами на основі джерел 12; 13; 16; 17; 18)

Ми поділяємо наукові погляди Кукси В., яка стверджує, що довіра, на якій будуються шерингові відносини, частково виключає форму ризику, дозволяючи взяти на себе добрі наміри інших, щоб відповідати вашим очікуванням (відгуки, огляди, оцінки). Деякі платформи перевіряють ідентифікатор своїх учасників за допомогою інструментів ідентифікації (e-mail, ID). Будь-яка шерингова платформа, на думку Кукси В., повинна ґрунтуватися на основних ключових позиціях: довірі, спільному споживанні, попиту на вимогу (рівний – рівному). Саме цих постулатів повинен дотримуватися будь-хто, хто хоче започаткувати бізнес спільної участі (табл. 1). Це бізнес, де технологія була використана на користь зниження трансакційних витрат на оренду іншим людям, але спрямований на отримання прибутку. Водночас бізнес, який не отримує прибуток, не буде тривати довго, навіть якщо має суспільно корисну мету. Економіка розподілу або спільної участі не втрутилась до великого бізнесу, а просто стала великим бізнесом сама по собі. Однак саме в цьому і виникає загроза для національної економіки у формі втрат до бюджету: виникає проблема обліку та оподаткування цих додаткових доходів, переливання частини грошей у “тінь”, брак реальних механізмів відслідковування потоку грошей.

Іншою проблемою, вже законодавчо-інституційного рівня, стають умови праці, офіційне працевлаштування учасників і гарантування якості отриманих товарів/послуг. Платформи знімають зі себе зобов'язання слідкувати за цим, наголошуючи на своїй виключній ролі посередника і перекладаючи відповідальність на виконавців і продавців. Єдине, що можуть забезпечити шерингові платформи, – перевірка зареєстрованих учасників та формування двосторонньої рейтингової системи їх оцінки (за балами і відгуками).

Крім того, невирішеною залишається позиція влади щодо надання окремих видів послуг (оренда житла, ліцензування послуг транспортних перевезень), а саме дозволи, офіційне оформлення договору, страхування майна тощо. Деякі країни заборонили або ввели обмеження на діяльність шерингових сервісів на їхній території (Нідерланди, Таїланд, Індія, Китай, В'єтнам, Сінгапур та Індонезія). Недосконалим, а то й узагалі відсутнім залишається статистичний облік розмірів цього сектору економіки і врахування його впливу на реальну економіку, розміри ВВП країни, рівень зайнятості тощо [16, с. 76].

Хотілось би зазначити, що цифрова економіка з її відкритістю і доступністю інформації дозволяється активно задіяти можливості соціуму в процесах по контролю за розвитком шерингової економіки в інтересах людини і збереження його природного середовища існування. Слід залучати населення в “мережеву соціальність” на основі: самоорганізації, через соціальні платформи, використовуючи можливості Інтернету для обговорення Форсайт-проектів з особливо значущих питань розвитку економіки спільного споживання. Це в майбутньому дозволить використовувати ІТ-технології для визначення бар'єрів, які обмежують розвиток певних ринків, напрямів і інтеграції послуг до концепції “спільного споживання”.

Основні типи споживання, що виникають у мережевому суспільстві, що закладають базис становлення шерингової економіки представлені нами в табл. 2.

Таблиця 2.

Типи споживання мережевого суспільства, що закладають базис для становлення шерингової економіки

<i>Тип споживання</i>	<i>Характерні особливості відповідного типу споживання</i>
<i>Краудфандінг</i>	участь споживачів у фінансуванні бізнесу для створення нових товарів і послуг. Споживачі не лише вкладають свої гроші, але й стають учасниками спільноти, зацікавленою в реалізації проекту.
<i>Персоналізоване споживання</i>	споживач налаштовує товари або послуги під себе.
<i>Попит на ремісництво</i>	на тлі зростання масового виробництва споживачі хочуть не просто унікальних товарів, але предметів, створених конкретною людиною, з конкретною історією і змістом.
<i>Спільне споживання</i>	придбання товарів для загального використання або надання продуктів у короткострокову оренду.
<i>Спільне створення</i>	споживач настільки серйозно включається у дизайн і виробництво продукту, що зникає межа між споживачем і виробником.

(складено авторами на основі джерела 19)

Для багатьох сегментів ринку ще актуальний ряд проблем, які стримують наступ шерингової економіки. В їх числі – транзакційні витрати, які виникають в ході взаємовідносин економічних агентів: витрати на збір і обробку інформації, на укладення контрактів, на контроль. Наприклад, раніше багато фінансових сервісів сформувалися в умовах асиметрії інформації, коли споживачі готові платити за цінні для них відомості, якими володіє хтось інший. Ще одне джерело транзакційних витрати – витрати опортуністичної поведінки, коли люди через асиметрію інформації можуть вести себе неблагонадійно. В пірінгових системах інформація прозора і передумови для порушень зникають: немає сенсу красти, якщо це відразу відкривається. Поки ж процесуальні обмеження в багатьох сферах досить значні. Цю проблему відчувають шерингові Інтернет-платформи, за допомогою якої члени спільноти можуть обмінюватися один з одним благами. Зрозуміло, оптимізація цифрових технологій, якою займаються багато компаній, допомагає зняти частину витрат. Проте все-таки вони відчутні.

Головний виклик для майданчиків економіки шеринга полягає в тому, щоб забезпечити в одному і тому ж місці достатній обсяг попиту і пропозиції. Ефективність проекту тут має майже лінійну залежність від кількості, що беруть користувачів “тут і зараз”. Тільки тоді механізм починає працювати, якщо шеринг-сервіси перетворюють ланцюжок створення вартості та відкриють нові канали створення вартості і понесуть реальну цінність для користувача. Для формування критичної маси “тут і зараз” потрібно чимало фінансових, тобто маркетингових і піар-зусиль, що часто неможливо для невеликих команд ентузіастів. Без ресурсів дуже важко дати користувачеві те, заради чого він прийшов.

Найважливішим фактором переходу до шерингової економіки є трансформації клієнтського обслуговування. Саме клієнт, що відрізняється від споживача активним залученням до процесу формування своєї ціннісної пропозиції, сьогодні є ключовою дійовою особою ринку. Клієнт буде там, де йому своєчасно, зручно, комфортно нададуть необхідні і якісні продукти або послуги. В таких умовах бізнес повинен мати здатність адаптуватися до мінливої культури споживання. Для цього бізнесу необхідні інструменти аналітики, варіативності, скорингу, омніканальності прогнозування.

Вже сьогодні ми стаємо свідками того, як в рамках концепції Індустрії 4.0 передбачається наскрізна цифровізація всіх фізичних активів та їх інтеграція в цифрову екосистему разом з партнерами і клієнтами, які беруть участь в ланцюжку створення споживчої цінності. Наскрізна цифровізація включає інтеграцію вертикальних і горизонтальних ланцюжків створення цінності та цифрові бізнес-моделі й доступ клієнтів до цифровізації продуктів/послуг. Використання цифрових технологій призводить до “глибоких” перетворень самих продуктів/послуг, а також економічного змісту бізнес-моделей організацій. Фактично це і є цифрова трансформація, в результаті якої, істотно змінюється як цінність для клієнтів, так і сама система її створення, оскільки інформаційно-комунікаційні технології дозволяють сформувати принципово нові ланцюжки доданої цінності [20].

У цьому зв'язку виникнення "бізнес-моделей" як складової частини Індустрії 4.0. на наш погляд, є закономірним результатом цифрової трансформації і об'єктивною необхідністю сучасного інформаційного суспільства, що дозволяє виступати одночасно і споживачем, і виробником, а також користуватися можливим фінансовим прибутком від виробленої споживчої цінності. Завдання бізнес-моделей, як універсальної категорії для проведення аналізу, що має складний зміст і характер, зрозуміти, як в результаті поєднання різних ресурсів і проведення безлічі бізнес-процесів, створюється цінність для споживача, і, як деякі фірми створюють унікальну цінність [21].

Цифрова трансформація вимагає побудови гнучкої бізнес-моделі суб'єкта господарювання, що дозволяє їй бути успішною в постійно мінливому конкурентному середовищі. Сьогодні виділяють три напрями цифрової трансформації, пов'язані з клієнтським досвідом, операційними процесами і новою бізнес-моделлю. Вибір шляху залежить від ресурсів організації, а також ефективності застосування самого економічного аналізу. Висновок напрошується такий, що одним з яскравих прикладів появи нових бізнес-моделей, який сприяє об'єднанню "світу товарів" зі "світом послуг" через цифрову трансформацію відносин колективної власності є шерингова економіка. Практичне застосування шерингової економіки уявляється як ІТ-відродження ідеї колективного господарства (власності) в абсолютно ринковому і конкурентному середовищі.

Окрім того, ми зробили спробу візуалізувати на рисунку 1, в 7-ми стадіях поетапну реалізацію бізнес-проекту на засадах шерингу, з метою деталізації уявного бачення застосунку економіки спільного використання.

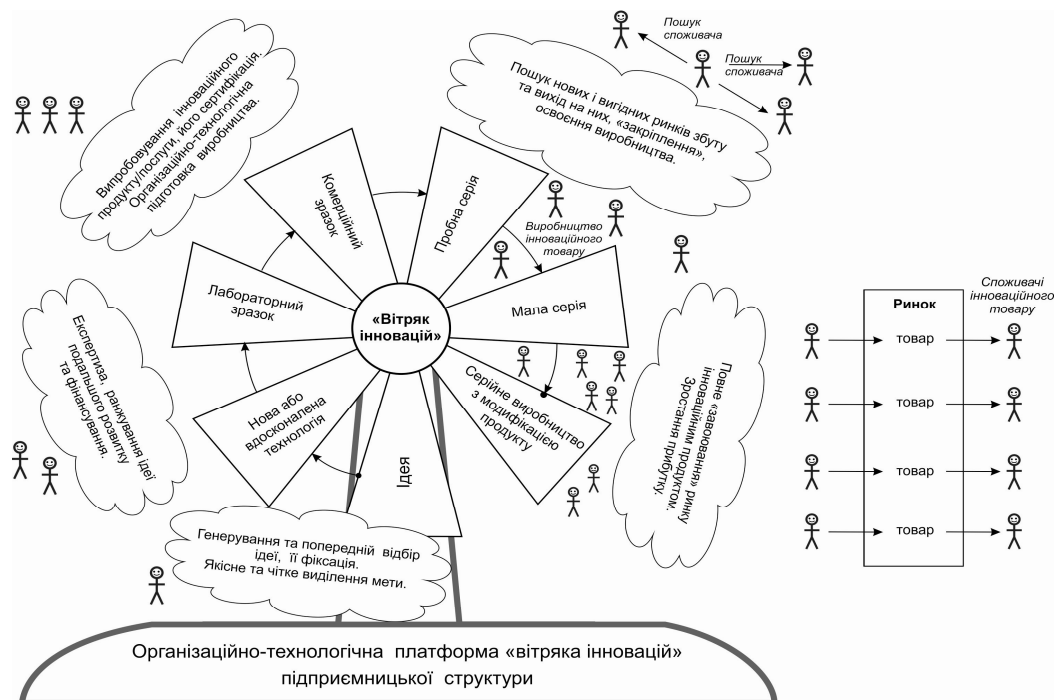


Рис. 1. Візуалізація поетапності в можливості використання шерингу в ході реалізації бізнес-проекту (розробка авторів)

Колективне господарство явище не нове, але сьогоднішня шерингова економіка відрізняється двома новими прагматичними підходами. По-перше, для цієї принципово нової моделі головне не економія коштів, а комфорт, зручність і багатство вибору для споживання. По-друге, інформаційне суспільство внесло якісні корективи в розуміння значимості економіки спільного споживання та організації способів створення споживання цінностей під впливом розвитку, відкривши тим самим новий спектр можливостей шерингової економіки.

Загалом дослідження показують, що до сучасної бізнес-моделі шеринга розвинені країни йшли поетапним шляхом. Еволюцію етапів розвитку економіки шеринга зображено в табл. 3.

Таблиця 3. Етапи розвитку шерингової економіки в умовах віртуальної реальності

№	Етап	Сутність
1	<i>Second hand sharing</i>	обмін одягом і книгами в бібліотеках (офлайн)
2	<i>Torrent sharing</i>	шеринг фільмів, музики і будь-яких файлів (онлайн)
3	<i>Uber sharing</i>	шеринг будинків, офісів і транспорту (об'єднання онлайн і офлайн)
4	<i>Social sharing</i>	обмін соціальними статусами
5	<i>Conscious sharing</i>	трансформацію свідомості (розмиття соціальних статусів і ціннісних орієнтирів, виключення посередників)

(узагальнено авторами на основі джерела 22)

Обсяг шерингової економіки показує експоненціальне зростання. Експерти McKinsey прогнозують, що до 2025 р. половина світової економіки буде задіяна в спільних моделях споживання. Потенціал зростання об'єму ринку шерингової економіки, за оцінкою PricewaterhouseCoopers (PwC), значно вище поточного: галузь здатна вирости до 335 млрд. дол. США до 2025 р. (в 2014 р. її обсяг оцінювався в 14 млрд. дол. США) за рахунок п'яти ключових секторів: подорожей, спільного використання автомобілів, фінансів, пошуку персоналу, а також потокової передачі музики та відео [23].

Одним з найефективніших прикладів успіху шерингової економіки служить приклад Airbnb, одного з успішніших, поміж інших традиційних, гігантів цієї Індустрії. Це триумф бізнес-моделі економіки спільного використання. Показники діяльності бізнес-компаній представлені в табл. 4.

Таблиця 4.
Показники діяльності лідерів економіки спільного використання

Компанія	Число кімнат, млн	Рік заснування	Ринкова капіталізація, млрд. дол. США	Нерухоме майно, млрд. дол. США
<i>Marriott</i>	1,1	1957	16	0,985
<i>Hilton</i>	0,745	1919	19	9,1
<i>Airbnb</i>	>2	2008	30	0
<i>Intercontinental Hotel Group</i>	0,727	1988	9	0,741

(узагальнено авторами на основі джерела 24)

Проаналізувавши деяку світову практику діяльності шерингової економіки, дійшли висновку, що економіка спільного споживання постійно зростає, також спостерігається певна модифікація початкової форми шерингової економіки через зміну провідних структурних елементів шерингу та появу нових. Ці зміни та нові тенденції у сфері шерингу доповнюються новими функціями та створюють нові можливості. Шерингові Інтернет-платформи поліпшуються, стають все досконалішими і все ближчими до споживання. Тобто вони виходять зовсім на новий рівень розвитку.

У 2018 р. в Україні запрацювали нові локальні сервіси каршерингу: у Києві та Дніпрі – Getmancar, каршеринг в Одесі – Mobilecar, SizeCar – у Вінниці (єдиний у ніші P2P), що мають перспективи поширення по всій Україні. Попри різні перешкоди (законодавчі органи, цінності і невизначеність мотиваційних чинників) шерингова бізнес-модель дозволяє істотно скоротити експлуатаційні витрати в порівнянні з традиційною за допомогою використання мобільних додатків, мережових платформ. Бізнес-модель шерингу має великі переваги в порівнянні з традиційними моделями, за рахунок якої вона стає найважливішою якісною категорією для описання цінності, яку організація пропонує різним клієнтам та показує механізм створення, просування і поставки цієї цінності клієнтам. Варто зауважити, що шерингова економіка — це не просто поєднання наявних попиту і пропозиції за допомогою сучасних технологій. Це дійсно революція та переформатування концепції споживання внаслідок зміни системи цінностей від надмірного споживання до суспільного обміну і взаємодопомоги. Запорука подальшого розвитку шерингу в тому, що він виник еволюційним шляхом і буде зростати, розвиватися далі незалежно від дії уряду чи великих корпорацій. Головним, як показує світовий досвід, найбільш ефективним чинником розвитку шерингу залишаються довіра і відгуки споживачів, так зване “сарафанне радіо” [16, с. 76].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. У підсумку варто зазначити, що шерингова економіка являє собою нову економічну модель ведення бізнесу, що заснована на спільному володінні або обміні ресурсів, що недостатньо використовуються для отримання матеріальної та нематеріальної вигоди. Шерингова економіка розрахована на малий та середній бізнес, великі компанії можуть зареєструватися у додатку і так як і інші продавати свої послуги на віртуальних платформах. Шеринг розвивається за різними напрямками, серед чого домашня ресторація, шеринг житла, автомобілів, різних господарських речей. Це значний сегмент р2р кредитування й онлайн комунікації з лікарями на базі IT-додатків, що поєднують лікарів з пацієнтами.

Серед позитивних сторін шерингової економіки можна назвати : легкий доступ до ринку; покращена якість послуг та товарів за рахунок зростаючої конкуренції; здешевлений доступ малого бізнесу до клієнтів; значно менші витрачання коштів на маркетинг. “Що моє – твоє” – можна вважати девізом даної економіки, а довіру, на якій базується всі філософія шерингової економіки, головною валютою майбутнього. Шерингова економіка є відповіддю на сьогоденні запити суспільства. Економіка спільного користування являє собою соціальне явище, яке змінює споживчі звички, створює нові бізнес-моделі і змушує переглянути багато процесів у компаніях; це спрощена IT модель однорангового комерційного або некомерційного обміну недооціненими товарами та службовими можливостями через посередника без передачі права власності.

Список літератури.

1. Andrusiak, N.O., Kraus, N.M., Kraus, K.M. (2020). Digital Cubic Space as a New Economic Augmented Reality. *Sci. innov.*, vol. 16, no. 3. pp. 92–105. DOI: 10.15407/scine16.03.092.
2. Голобородько, О.П., Краус, Н.М., Краус, К.М. (2018). Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка* 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf (дата звернення: 28.06.2021).
3. Криворучко, О.С., Краус, Н.М., Краус, К.М. (2018). Віртуальна реальність національного

інформаційно-інноваційного простору. *Економіка та суспільство*, 14, С. 22–35. URL: <http://economyandsociety.in.ua> (дата звернення: 25.06.2021).

4. Краус, Н.М., Краус, К.М. (2018). Цифровізація в умовах інституційної трансформації економіки: базові складові та інструменти цифрових технологій. *Інтелект XXI століття*, 1, С. 211–214.

5. Краус, Н.М. (2019). *Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку*: монографія. К.: Аграр Медіа Груп.

6. Краус, Н.М., Краус, К.М. (2016). Реалізація інноваційного проекту підприємницькою структурою в рамках дії “вітряка інновацій”. *Економіст*, 2, С. 4–8.

7. Краус, Н.М., Краус, К.М. (2018). Які зміни несе в собі “Індустрія 4.0” для економіки та виробництва? *Формування ринкових відносин в Україні*, 9(208), С. 128–136.

8. Осецький, В.Л., Краус, Н.М., Краус, К.М. (2021). Шерингова економіка: діалектичний розвиток реципрного обміну в умовах віртуальної реальності та цифрової трансформації. *Економічна теорія*, 2, С. 5–19.

9. Осецький, В.Л., Краус, К.М., Краус, Н.М. (2021). Шерингова економіка: інституціональний модус, універсальність і новелізація розвитку підприємництва на віртуальних цифрових платформах. *Ефективна економіка*, 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8786> (дата звернення: 05.05.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.3

10. Chase, R. (2015). *How people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism*. New York: Public Affairs. URL: <http://www.robinchase.org/#peers-inc> (дата звернення: 05.06.2021).

11. Botsman, R., Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption*. HarperCollins Publishers.

12. Gansky, L. (2010). *The mesh: why the future of business is sharing*. Portfolio Penguin. URL: <https://informationdj.files.wordpress.com/2012/01/future-of-business-is-lisa-gansky.pdf> (дата звернення: 15.06.2021).

13. Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-Based capitalism*. Cambridge, MA: MIT Press.

14. Kramer, B. (2015). *Shareology: how sharing is powering the human economy*. Morgan James.

15. Рощина, Н.В., Борданова, Л.С. (2017). Перспективи економіки спільної участі. *Інвестиції: практика та досвід*, 22, С. 19–21.

16. Кукса, В.М. (2018). Економіка спільного споживання – нова система цінностей і довіри. *Фінансовий простір*, 2 (30), С. 71–77.

17. Мотриченко, В.М., Опалько, В.І. (2014). Мегатренди глобального економічного розвитку. *Фінансовий простір*, 4(16), С. 176–181. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1404/14ovvmge.pdf> (дата звернення: 25.06.2021).

18. Яковлева, М. (2019). Поділитися зі світом: що дає українцям шерингова економіка. *Тиждень*, 6 травня 2019 року. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/229889> (дата звернення: 27.06.2021).

19. *Disruption of the Old Consumption Logic* (2018). Ericsson.com.

20. Блинника, А.В., Данилина, О.М., Дашков, А.А. (2020). *Цифровая трансформация и шеринговая экономика*. URL: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> (дата звернення: 26.06.2021).

21. Prahalad, C.K., Ramaswamy, V. (2004). *The future of competition: co-creating unique value with customers*. Harvard Business Press.

22. Osman, Ya. (2020). It is necessary to share: how the sharing economy turns a consumer into an entrepreneur. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.ru/profile/354865-yaana-osman> (дата звернення: 25.06.2021).

23. Tversky, A., Kahneman, D. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*. XLVII, pp. 263–291.

24. Sharing Economy (2020). *Index*. URL: <https://index.co/market/sharing-economy/companies> (дата звернення: 28.06.2021).

References.

1. Andrusiak, N.O., Kraus, N.M. and Kraus, K.M. (2020), “Digital Cubic Space as a New Economic Augmented Reality”, *Sci. innov.*, vol. 16, no. 3, pp. 92–105. DOI: 10.15407/scine16.03.092.

2. Holoborodko, O.P., Kraus, N.M. and Kraus, K.M. (2018), “Digital economy: trends and perspectives of the abangard change of development”, *Efectyvna ekonomika*, vol. 1, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf (Accessed: 28 June 2021).

3. Kryvoruchko, O.S., Kraus, N.M. and Kraus, K.M. (2018), “Virtual reality of the national information and innovation space”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 14. pp. 22–35, available at: <http://economyandsociety.in.ua> (Accessed 14 Jan 2021).

4. Kraus, N.M. and Kraus, K.M. (2018), “Digitalization in the conditions of institutional transformation of economy: basic components and tools of digital technologies”, *Intelekt XXI stolittia*, vol. 1, pp. 211–214.

5. Kraus, N.M. (2019), *Innovatsijna ekonomika v hlobalizovanomu sviti: instytutsional'nyj bazys formuvannia ta traiektoriia rozvytku* [Innovative economy in a globalized world: institutional basis of formation and development trajectory], Agrar Media Group, Kyiv, Ukraine.

6. Kraus, N.M. and Kraus, K.M. (2016), “Realizatsiia innovatsiinogo proiektu pidpriemnytskoua strukturoua v ramkakh dii “vitriaka innovatsii”. *Ekonomist*, vol. 2, pp. 4–8.

7. Kraus, N.M. and Kraus, K.M. (2018), “What changes does Industry 4.0 bring to the economy and production?”, *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, vol. 9(208), pp. 128–136.

8. Osetskyi, V.L., Kraus, K.M. and Kraus, N.M. (2021), "Sheryngova ekonomika: dialektychnyi rozvytok retsyprokhnogo jbminu v umovakh virtualnoi realnosti ta tsyfrovoyi transformatsii", *Ekonomichna teoriia*, vol.2, pp. 5-19.
9. Osetskyi, V.L., Kraus, K.M. and Kraus, N.M. (2021), "Sharing economics: institutional mode, universality and novelization of business development on virtual digital platforms", *Efektivna ekonomika*, vol. 4, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8786> (Accessed 05 May 2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.3.
10. Chase, R. (2015), "How people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism", New York: Public Affairs, available at: <http://www.robinchase.org/#peers-inc> (Accessed 05 June 2021).
11. Botsman, R. and Rogers, R. (2010), [What's mine is yours: the rise of collaborative consumption], HarperCollins Publishers.
12. Gansky, L. (2010), "The mesh: why the future of business is sharing", Portfolio Penguin, available at: <https://informationdj.files.wordpress.com/2012/01/future-of-business-is-lisa-gansky.pdf> (Accessed 15 June 2021).
13. Sundararajan, A. (2016), [The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-Based capitalism], MIT Press, Cambridge, USA,.
14. Kramer, B. (2015), Shareology: how sharing is powering the human economy, Morgan James, NY, USA.
15. Roshchyna, N.V. and Bordanova, L.C. (2017), "Prospects of the economy of joint participation", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol.22, pp. 19-21.
16. Kuksa, V.M. (2018), "The economy of shared consumption is a new system of values and trust", *Finansovyi prostir*, vol. 2 (30), pp. 71–77.
17. Motrychenko, V.M. and Opalko, V.I. (2014), "Megatrends of global economic development", *Finansovyi prostir*, vol. 4(16), pp. 176-181, available at: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1404/14ovvmge.pdf> (Accessed 25 June 2021).
18. Yakovleva, M. (2019), "Share with the world: what gives Ukrainians a sharing economy", *Tyzhden*, vol. 6 May, available at: <https://tyzhden.ua/Economics/229889> (Accessed 27 June 2021).
19. Ericsson.com (2018), "Disruption of the Old Consumption Logic", available at: <https://www.ericsson.com/en/reports-and-papers/networked-society-insights/commerce-reports> (Accessed 27 June 2021).
20. Blinnika, A.V., Danilina, O.M. and Dashkov, A.A. (2020), "Digital transformation and sharing economy", available at: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> (Accessed 26 June 2021).
21. Prahalad, C.K. and Ramaswamy, V. (2004), The future of competition: co-creating unique value with customers, Harvard Business Press, Brighton, USA.
22. Osman, Ya. (2020), "It is necessary to share: how the sharing economy turns a consumer into an entrepreneur", *Forbes*, available at: <https://www.forbes.ru/profile/354865-yana-osman> (Accessed 25 June 2021).
23. Tversky, A. and Kahneman, D. (1979), "Prospect theory: an analysis of decision under risk", *Econometrica*, vol. XLVII, pp. 263–291.
24. Index (2020), "Sharing Economy", available at: <https://index.co/market/sharing-economy/companies> (Accessed 28 June 2021).

Стаття надійшла до редакції 30.07.2021 р.