

# ПОЛИТЭКОНОМИЯ

---

УДК 330.88:(101.8+004.9)

JEL: O30, O31, O40

**Валерий Осецкий,  
Наталья Краус,  
Екатерина Краус**

## **ШЕРИНГОВАЯ ЭКОНОМИКА: ДИАЛЕКТИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕЦИПРОКНОГО ОБМЕНА В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ И ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

*Рассмотрены теоретические и практические аспекты становления и развития в мире и Украине экономики общего пользования и осуществлено обоснование экономической природы шеринговой экономики и углубленно её социально-экономическое содержание сквозь призму цифровой трансформации, происходящей в условиях виртуальной реальности.*

*Цель статьи заключается в обосновании особенностей становления шеринговой экономики в глобальном коммуникационном пространстве в условиях виртуальной реальности вследствие развития цифровых технологических платформ, выделении и анализе преимуществ и рисков построения бизнес-моделей экономики совместного использования в Украине и за рубежом.*

*Использована совокупность методов эмпирического и теоретического исследования: методы анализа, синтеза и обобщения, которые на диалектическом уровне исследований позволяют научно обосновать наиболее популярные типы решений шеринговой экономики. На основе доступных данных компаний, агрегирующих BigData, а также консалтинговых компаний описано поведение потребителей через шеринговую экономику в период цифровой трансформации.*

---

*Осецкий Валерий Леонидович (val\_osetski@ukr.net), д-р экон. наук; профессор кафедры экономической теории, макро- и микроэкономики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, <http://orcid.org/0000-0001-5104-1070>.*

*Краус Наталья Николаевна (k2205n@ukr.net), д-р экон. наук, доц.; профессор кафедры финансов и экономики, Киевский университет имени Бориса Гринченко, <http://orcid.org/0000-0001-8610-3980>.*

*Краус Екатерина Николаевна (k23k@ukr.net), канд. экон. наук; доцент кафедры управления, Киевский университет имени Бориса Гринченко, <http://orcid.org/0000-0003-4910-8330>.*

Цитирование: Осецкий В. Л., Краус Н. Н., Краус Е. Н. Шеринговая экономика: диалектическое развитие реципрокного обмена в условиях виртуальной реальности и цифровой трансформации. *Экономическая теория*. 2021. № 2. С. 5–27.

© Валерий Осецкий, Наталья Краус, Екатерина Краус, 2021  
ISSN 1811-3133. *Экономическая теория*. 2021. № 2: 5–27

*В результате проведённого исследования предложена авторская концепция шеринговой экономики в условиях виртуальной реальности.*

*Установлено, что важнейшим фактором перехода к шеринговой экономике является трансформация клиентского обслуживания. Доказано, что цифровая экономика принципиально меняет способы построения и управления шеринговыми организациями, возникающие при этом проблемы можно связать прежде всего с изменениями объекта и субъекта управления и развитием организаций в цифровой среде. Указано преимущество моделей шеринга относительно использования инновационных ресурсов в разрезе стадий реализации бизнес-проекта.*

*Ключевые слова:* шеринг, шеринговая экономика, цифровая трансформация, виртуальная реальность, экономика общего потребления, бизнес-модели шеринга.

### **SHARING ECONOMY: DIALECTIC DEVELOPMENT OF RECIPROCAL EXCHANGE IN THE CONDITIONS OF VIRTUAL REALITY AND DIGITAL TRANSFORMATION**

**Valerii L. Osetskiy** (val\_osecki@ukr.net), Dr. Sc. (Economics), Professor, Professor of the Department of Economic Theory, Macro- and Microeconomics, Taras Shevchenko National University of Kyiv, <http://orcid.org/0000-0001-5104-1070>.

**Nataliia M. Kraus** (k2205n@ukr.net), Dr. Sc. (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of Finance and Economics Borys Grinchenko Kyiv University, <http://orcid.org/0000-0001-8610-3980>.

**Kateryna M. Kraus** (k23k@ukr.net), Ph.D. (Economics), Associate Professor, Docent of the Department of Management Borys Grinchenko Kyiv University, <http://orcid.org/0000-0003-4910-8330>.

*Theoretical and practical aspects of the formation and development of common economy in the world and Ukraine are considered and the economic nature of the line economy is substantiated and its socio-economic content is deepened through the prism of digital transformation that takes place in virtual reality.*

*Purpose of the article is to substantiate the peculiarities of sharing economy in the global communication space in virtual reality, due to the development of digital technology platforms, highlighting and analyzing the benefits and risks of building business models of shared economy in Ukraine and abroad.*

*A set of methods of empirical and theoretical research is used: methods of analysis, synthesis and generalization, which at the dialectical level of research allow to scientifically substantiate the most popular types of solutions of sharing economy, presented by structure: solutions, examples of foreign and Ukrainian digital platforms. The article used theoretical and methodological principles of an interdisciplinary approach, which includes in the analysis of socio-cultural, behavioral and institutional prerequisites for the formation of a shared economy. Based on the available data of companies that aggregate BigData, as well as consulting companies, the behavior of consumers through sharing economy in the period of digital transformation is described. Special methods of economic sciences, namely: economic-statistical, comparative and functional-structural analysis have revealed the emergence of new business models of sharing, which combine the “world of goods” and “world of services”.*

*A historical and economic analysis of the formation of the theory of sharing, as well as the spread of row platforms. Based on the generalization of theoretical approaches to*

*the definition of economic categories, author's interpretation of the concepts "line economy", "virtual reality", "augmented reality", "augmented reality", "augmented reality", "augmented reality", "mixed reality" is formed. As a result of the research, author's concept of sharing economy in the conditions of virtual reality is offered.*

*It is established 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 proved that today digital economy is fundamentally changing the ways of building and managing sharing organizations, the problems that arise can be associated primarily with changes in the object and subject of management and the development of organizations in digital environment. The advantages of sharing models in terms of the use of innovative resources in terms of stages of business project implementation are indicated. The review of the internal development of national economy of sharing type allowed to present its restraining and stimulating factors and potential opportunities and threats in the conditions of virtual reality.*

*Key words:* sharing, sharing economy, digital transformation, virtual reality, sharing economy, sharing business models.

Стремительное распространение экономики общего потребления отражает идеи сетевого общества. Потребители пользуются конкретными продуктами только тогда, когда они нужны. Так они снижают расходы по содержанию имущества (Nahari et al., 2016). Экономика общего потребления (другое название – шеринговая экономика "sharing economy", от англ. to share – делиться) – это новое понятие, появившееся в начале 2000 года и связанное с новой бизнес-моделью, которая могла бы решить социальные проблемы через социальные сети и виртуальные сервисы (Криворучко и др., 2018), соединяющие тех, кто владеет ресурсом, с теми, кто в нём нуждается. Один из основных принципов – это доступ к пользованию, а не владение каким-то благом. Это понятие, которое впервые ввёл в оборот профессор права в Стэнфордском университете Лоуренс Лессиг в 2008 году, описывает взаимодействие между людьми, одни из которых имеют активы, но не используют их, и готовы этими активами поделиться с другими людьми для удовлетворения потребностей последних (Долгова, Дрязгина, 2015).

В современном мире шеринговая экономика развивает принципиально новые экономические и социальные отношения между индивидуумами, обеспечивая общий доступ к товарам, услугам, данным и компетенциям по принципу "равный равному". Всё это стало возможным благодаря укреплению доверия среди незнакомых людей, которое начало расти вместе с появлением форм обратной связи, рейтингов и систем безопасной оплаты. Вопрос о значении доверия в общественной и экономической жизни, шире – истории современности вообще, в последнее время был вынесен на передний план научной мысли. Одним из многих примеров является фундаментальный труд известного американского социаль-

ного мыслителя Ф. Фукуямы, который так и называется – "Доверие". Он в частности акцентирует внимание: "Если считать способность совместно работать на общий результат формой капитала, нельзя не признать доверие ценным экономическим активом, то есть потенциальным источником благосостояния и стабильности власти (Фукуяма, 2008. С. 730). А взаимное доверие, "у которого есть своя большая и конкретная экономическая величина", является результатом "совместных норм и ценностей" (Фукуяма, 2008. С. 26). Доверие – это фундамент, на котором строятся шеринговые площадки. Главный же "строительный материал" – репутация, которая в свою очередь выстраивается пошагово. Общая идеология шеринговой экономики лучше иллюстрируется принципом "win-win", когда от взаимодействия выигрывают обе стороны.

Вопрос шеринга актуализируется в условиях реалий украинской экономики, которой присущ "ценностный вакуум" новой модели общего потребления, сопровождающийся развитием шеринговых Интернет-платформ как субъектов шеринговой экономики, призванных обеспечивать эффективность отображения потребительских ценностей в процессе развития экономики общего потребления. Несмотря на развитие экономики общего потребления, в Украине процесс создания и реализации новых проектов в сфере шеринга носит несистемный характер. Это связано с наличием экономических, технологических, правовых, социальных, психологических барьеров, которые тормозят развитие шеринговой экономики, а следовательно, изменение потребительских ценностей в цифровой экономике.

Вопросам развития шеринговой экономики посвящены научные работы многих учёных, которые определяют, что основой распространения шеринговых платформ является рост ценности товаров и услуг как для бизнеса, так и для общества, а также пользование возможным финансовым доходом от произведённой потребительской стоимости. Основы теории шеринга и развитие на его основе экономики общего пользования были заложены в трудах Т. Веблена, Х. Лейбенштейна, Дж.К. Гэлбрейта, Д. Канемана, А. Талера и др. Проблематика закономерностей и противоречий становления шеринговой экономики нашла отражение в научных трудах таких зарубежных учёных, как Р. Ботсман, Р. Роджерс, Б. Уолш, Ф. Маззелла, М. Спенс, Д. Прабху, Г. Левис и др. В Украине же явление шеринга новое, и поэтому приобретает актуальность исследование основных фундаментальных факторов развития шеринговой экономики и выявление особенностей и тенденций её становления; функционирование экономики общего пользования в нашей стране и роли цифровых платформ, с помощью которых новые технологии будут способствовать формированию экономики общего потребления. Поэтому сегодня перед эко-

номической наукой актуальной проблемой остаётся теоретико-методологическое углубление научных подходов определения трендов и перспектив развития шеринговой экономики в Украине.

Цель статьи состоит в обосновании основных теоретических и практических положений становления шеринговой экономики в глобальном коммуникационном сетевом пространстве вследствие развития цифровых технологических платформ, в анализе преимуществ и рисков построения бизнес-моделей экономики совместного использования в Украине и за рубежом, где происходит осознанный отказ от частной собственности в пользу собственности коллективной, и в авторском представлении концепции шеринговой экономики в условиях виртуальной реальности.

Для достижения поставленной цели и решения отдельных задач использована совокупность методов эмпирического и теоретического исследования: методы анализа, синтеза и обобщения, которые на диалектическом уровне позволяют научно обосновать популярные типы решений шеринговой экономики. В этой статье использовались теоретико-методологические принципы междисциплинарного подхода, включающего в анализ социокультурные, поведенческие и институциональные предпосылки. На основе доступных данных компаний, которые агрегируют данные BigData, а также консалтинговых компаний, описано поведение потребителей через шеринговую экономику в период цифровой трансформации. Специальные методы экономических наук, а именно: экономико-статистический, компаративный и функционально-структурный анализ – позволили раскрыть появление новых бизнес-моделей, объединяющих мир товаров и мир услуг.

На этом этапе одной из главных закономерностей общественного развития является новая модель социально-экономических отношений, встроенных в систему создания стоимости в цифровой экономике – так называемая шеринговая экономика, включающая ряд определений: экономика обмена, экономика общего потребления, экономика общего пользования товарами, услугами, экономика доступа, коллаборативная экономика, peer-to-peer economy (от пользователя к пользователю, или P2P) и др.<sup>1</sup> Термин "совместное потребление" используется для описания бизнес-модели, основанной на коллективном использовании товаров и услуг, бартере и аренде вместо владения, в основе которой лежит идея, что иногда удобнее платить за временный доступ к продукту, чем владеть этим продуктом (Felson, Spaeth, 1978). Термин "collaborative consumption" ("общее потребление") впервые был использован ещё в 1978 году Маркусом Фелсоном и Джо Л. Спаэтом в статье "Структура сообщества и со-

<sup>1</sup> Sharing or paring? Growth of the sharing economy (2020). PwC. URL: <https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf>  
ISSN 1811-3133. Экономическая теория. 2021. № 2

вместное потребление: рутинный подход к деятельности" (Авдокушин, Белова, 2018).

Концепция общего потребления была сформирована в 2010 году Рэйчел Ботсман и Ру Роджерсом, соавторами книги "What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption", которые описали новую бизнес-модель, способную революционизировать потребления товаров и услуг. Им удалось определить характерные черты и движущие силы развития шеринговой экономики, представленные нами в табл. 1.

Таблица 1

**Характерные черты шеринговой экономики и её движущие силы развития**

Составляющая шеринговой экономики	Общая характеристика и особенности структурного компонента шеринговой экономики
Характерные черты	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изменение характера поведения клиентов;</li> <li>- использование средств коммуникации социальных сетей и онлайн-площадок;</li> <li>- интеграция производителей товаров и услуг и потребителей;</li> <li>- распространение информационных и телекоммуникационных технологий;</li> <li>- мобильные приложения для коммуникации между производителями и потребителями</li> </ul>
Движущие силы развития	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пиринговые социальные сети (основанные на равенстве всех участников) и технологии, которые радикально меняют поведение большинства населения;</li> <li>- социальные сети, позволившие не только развивать свой бренд, но и ставшие прочной платформой для продвижения шеринговых компаний во всём мире;</li> <li>- кризис, заставивший пересмотреть бездумное потребление;</li> <li>- экономические проблемы перепроизводства</li> </ul>

Источник: составлено авторами на основе (Швед, Яблочников, 2018; Глуценко 2016).

Основатель и идеолог Давосского форума Клаус Шваб в своей книге "Четвёртая промышленная революция" относит экономику общего потребления к принципиально новой модели, которая изменит современное общество (Шваб, 2017). По мнению китайских исследователей экономики общего потребления Чжан Сяожуна и Юй Даня, "экономическая база будущего общества будет, вероятно, основана на шеринге и станет экономикой шерингизма" (Vallersteyn, 2003).

Шеринговая экономика является гуманным проявлением экономики, поскольку в её основе лежат бескорыстные цели. С появлением этого тренда общество потребления должно заметно трансформироваться: люди получили возможность делиться друг с другом. И если начинали они с простого обмена информацией, то и переход на обмен ресурсами не заставит себя долго ждать. Катализатором новых отношений стал Интернет. Чем легче поиск информации об имеющихся ресурсах, чем удобнее и безопаснее ими делиться, тем более в системе участников. В подобной

схеме исчезают посредники, которые ранее играли роль канала информации и зарабатывали на том, что в отличие от конечного потребления предоставляли доступ к ресурсам.

Следовательно, эта экономика является отражением современных ценностей и ментальных моделей потребителей, живущих в период цифровой трансформации и в условиях сегодняшней виртуальной реальности (Andrusiak, 2020). В рамках проблемы статьи используем именно категорию "виртуальная реальность", авторский смысл которой сквозь призму работы шеринговой экономики мы представили в табл. 2.

Таблица 2

**Разновидности реальности сквозь призму функционирования шеринговой экономики в условиях трансформации**

Виды реальности	Содержание и характерные особенности реальности
Виртуальная реальность	основывается на обмене виртуальными благами в рамках online-среды. Виртуальная реальность создаёт возможность взаимодействовать с искусственным миром с помощью виртуальных шеринговых площадок с имеющимися на них информационными фондами online-рынка инноваций и "цифры", возможность работы с облачными технологиями
Обогащённая реальность	бесконтактное информационное взаимодействие, реализующее с помощью комплексных мультимедиа-операционных шеринговых сред иллюзию непосредственного вхождения и присутствия в реальном времени в стереоскопично представленном "цифровом мире"
Улучшенная реальность	созданное компьютерными технологиями цифровое пространство общего пользования, имеющее все признаки реальности как таковой, которое подвергается проникновению и трансформации посредством глобальности, глокальности и интерактивности
Расширенная реальность	реальность, которая моделируется в реальном масштабе времени благодаря влиянию компьютера на сознание (например, на человека надевают "электронные перчатки"). Она может взаимодействовать с другой реальностью, влиять на окружающий мир и иметь обратную связь
Дополненная реальность	сочетание виртуального и реального пространств благодаря аппаратному и программному обеспечению, телекоммуникаций, компьютерных сетей при формировании цифровой и шеринговой экономики
Смешанная реальность	формируется за счёт сочетания нескольких и / или всех перечисленных видов реальности; означает разные инновационно-цифровые проекты, действие которых направляется на дополнение реальности любыми виртуальными элементами на цифровых платформах общего пользования

Источник: разработка авторов.

Кроме того, мы сделали попытку очертить содержание и указать различие и между указанными в табл. 2 новыми категориями. Данными экономическими категориями сегодня достаточно часто оперируют и экономисты-теоретики, и экономисты-практики, не до конца понимая содержательные и глубинные различия между ними.

Реципрокный обмен сквозь призму шеринговой экономики в условиях виртуальной реальности и цифровой трансформации предлагаем понимать как обмен имеющимися дарами, объектами, средствами труда с применением виртуальной мобильности; это некоторое движение предмета обмена на основе взаимности между субъектами, реализующими цифровую трансформацию, и теми, которые относятся к симметричным группам в экономике совместного использования. Нельзя оставить без внимания мнение украинского учёного О. Глущенко, которая рассматривает "реципрокный обмен в экономике как передачу продуктов труда без определённых норм относительно их количества и обратной трансакции, играющей символическую знаковую роль и воплощающую в себе акт установления и укрепления социальных отношений между членами общества" (Глущенко, 2016).

Возвращаясь к анализу детерминант потребительского поведения, стоит отметить, что в экономической науке выделяют две основные модели поведения потребителя: консервативная модель "homo economicus", которая определяет, что при принятии решений индивиды проявляют исключительную рациональность, минимизируют расходы, связанные с потреблением; и модель, базирующуюся на идеях Т.Веблена, адаптированную к социально-экономической реальности XX–XXI вв. (Yegina et al., 2019).

Во второй половине XX века сформировалось особое направление экономических исследований, включающее в анализ поведения потребителей когнитивные и эмоциональные факторы и получившее название *поведенческая экономика*. Широкий общественный резонанс получили работы пионеров поведенческой экономики Д. Канемана и А. Тверски (Tversky, Kahneman, 1979), которые продемонстрировали применимость поведенческого подхода к экономическим моделям. Данный поведенческий подход стал основой конкретных мероприятий по моделированию экономического поведения потребителей, причём моделирование осуществляется не только бизнесом для достижения своих целей, но и государством для достижения общественных целей (Yegina et al., 2019).

Постоянное участие в обмене информацией друг с другом и с компаниями-производителями формирует новое отношение к потреблению и производству. Становление новой модели поведения потребителей – одна из базовых тенденций к внедрению BigData и технологий обработки данных во всех сферах жизнедеятельности. Держатели BigData получают данные из электронной почты, мессенджеров, социальных сетей, платёжных систем, интернет-магазинов, онлайн-игр и на их основе составляют портрет потребления, рекомендуя потребителю определённые товары, фильмы, книги, группы единомышленников, "друзей", по сути реализуя на

практике "подталкивание", описанное Р. Талером в работе "Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье" (Thaler, Sunstein, 2008), в нужное русло. Цифровая экономика ещё больше меняет модель поведения потребителя, взаимоотношения в цифровом пространстве, акцентирует внимание на доверии и безопасности между экономическими агентами, формирует инновационные бизнес-модели и постоянно совершенствуется, внедряя облачные технологии, искусственный интеллект, новые цифровые платформы, накапливает огромные объёмы данных (BigData), которые при сетевом взаимодействии становятся важным инновационным ядром цифровой экономики.

В последнее десятилетие во всём мире появилось множество цифровых платформ, которые используют бизнес-модели и коренным образом преобразуют существующие отрасли. Цифровые платформы выступают механизмами, позволяющими разным сторонам взаимодействовать в режиме онлайн<sup>2</sup>. Рост цифровых платформ напрямую связан с их способностью собирать и анализировать цифровые данные, но их интересы и поведение в значительной степени зависят от того, как они монетизируют такие данные для получения дохода. Данные можно монетизировать, продавая в Интернете целевую рекламу, используя платформы электронной торговли, превращая традиционные товары в рентные услуги или оказывая на условиях аренды облачные услуги.

Да, именно их способность собирать, обрабатывать, передавать, хранить, анализировать и интерпретировать данные позволяет цифровым платформам создавать стоимость. Цифровые платформы упрощают осуществления операций, формирование сетей связей и обмен информацией. С точки зрения предприятий трансформация всех сфер и рынков под влиянием цифровизации может способствовать повышению качества товаров и услуг за снижение издержек. Кроме того, цифровизация трансформирует цепь создания стоимости различным образом, открывая новые возможности для увеличения добавленной стоимости и более широких структурных изменений<sup>3</sup>.

На несколько глобальных фирм Соединённых Штатов Америки, а также Китая приходится 90% капитализации 70 крупнейших мировых цифровых платформ. Доля Европы составляет 4%, а доля Африки и Латинской Америки вместе взятых – 1%. На семь суперплатформ, а именно: "Microsoft", "Apple", Amazon.com, "Alphabet" (материнская компания "Google"), "Facebook", "Tencent Holdings" и "Alibaba", – приходится две трети общей рыночной стоимости. Некоторые глобальные цифровые платформы завоевали мощные рыночные позиции в определённых сегментах.

<sup>2</sup> Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. (2020). *Центр Разумкова*. Київ: Заповіт. С. 28.

<sup>3</sup> Там же. С. 36.

Например, около 90% рынка поисковых систем для Интернета принадлежит компании Google. На компанию Facebook приходится 2/3 мирового рынка социальных сетей, и её платформа является самой популярной среди социальных сетей в более чем 90% стран. Почти 40% мировых розничных онлайн-продаж осуществляется через сеть компании Amazon, а на его дочернюю компанию Amazon Web Service приходится примерно такая же доля мирового рынка услуг в сфере облачной инфраструктуры<sup>4</sup>.

Цифровая экономика принципиально меняет способы построения и управления шеринговыми организациями. Проблемы, возникающие при этом, можно связать прежде всего с изменениями объекта и субъекта управления и развитием организаций в цифровой среде, а также вызовами двойной сложности, разделённости – необходимостью интеграции объектов и субъектов управления всех уровней. Перечисленные вызовы в практике шеринговой экономики на первый план выдвигают взаимодействие между субъектами и объектами управления (*Laloux, Wilber, 2014*).

Классик построения бизнес-моделей А. Остервальдер придерживается мнения, что бизнес-модель – это представление о том, как организация делает (или собирается сделать) деньги и как бизнес-модель описывает ценность, которую организация предлагает клиентам; отражает способность организации; перечень партнёров, необходимых для создания, продвижения и поставки этой ценности клиентам; отношения капитала, необходимые для получения устойчивых потоков дохода (*Osterwalder, Pigneur, 2013*). Исходя из приведённых определений и анализируя другие подходы, можно сделать вывод, что общими элементами бизнес-модели предприятия, определяющими её содержание, является ценность для внешних клиентов, система создания этой ценности, активы для создания ценности и формула прибыли (*Debelak, 2006; Hamel, 2000*).

Многие экономисты отмечают, что благодаря осознанному отказу от частной собственности в пользу собственности коллективной (модель шеринга) отодвигается на задний план господствующая до этого индустриальная модель, при которой компании владеют, а люди потребляют, – подобно тому, как Интернет потеснил традиционное ТВ, а блогосфера – средства массовой информации. Она даёт возможность по-новому взглянуть на предыдущие явления и оценить их, вернуться к началу, просмотреть их инклюзивный потенциал. Происходит своеобразная секьюритизация непригодных продуктов, активов, которые оказываются общественно полезными. Можно сказать, что модель шеринга - это модель инклюзивного развития современной экономики, которая привлекает в оборот много невостребованных "спящих факторов производства и потребления" (Ав-

<sup>4</sup> Доклад о цифровой экономике 2019. Организация Объединённых Наций. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/der2019\\_overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf)

докушин, Белова, 2018). Следовательно, проведённый анализ подкрепляет научную позицию известных учёных и практиков, что шеринг – это сеть экономических субъектов, способных на основе цифровых технологий выявить, аккумулировать и использовать незадействованные сегодня активы с целью получения дополнительной полезности и создают новую ценность в виде репутации.

Существующие модели шеринга для использования инновационных ресурсов с их преимуществами отражены в табл. 3.

Таблица 3

**Преимущества моделей шеринга для использования инновационных ресурсов в разрезе стадий реализации проекта**

Модели шеринга	Общая характеристика и содержание	Преимущества в результате использования	Стадии использования
Шеринг идей, разработок, технологических решений	Эта модель является наиболее подобной концепции открытых инноваций А. Чесбро. В рамках шеринга идей предусматривается создание платформ, агрегирующих идеи и разработки в любой предметной области и обеспечивающих доступ к совместной работе над НИОКР и коммерциализации их результатов	Сокращение расходов, продолжительность инновационного цикла, новые сферы применения инновационных решений, трансфер технологий	Все стадии цикла
Шеринг оборудования	Идея заключается в том, чтобы функционирующие Центры технологических компетенций предоставляли своё оборудование в пользование малым и средним промышленным компаниям, нуждающимся в высокоэффективном производственном и лабораторном оборудовании, но не в состоянии самостоятельно профинансировать его приобретение	Сдача в аренду Центров с высокотехнологичным оборудованием или аренда машино-часов для крупных предприятий уже подтвердили свою эффективность, что подтверждается расчётом коэффициента использования оборудования и обеспечением быстрой окупаемости инвестиций. Сокращение расходов, связанных с приобретением высокотехнологичного оборудования на 30–60%, временных простоев оборудования на 30–40%, расходов в связи с привлечением субконтракторов на 30%	Опытно-конструкторские работы, лабораторные испытания, тестирование, пробные образцы, производство

Модели шеринга	Общая характеристика и содержание	Преимущества в результате использования	Стадии использования
Шеринг персонала, квалифицированных кадров	Этот вид совместного использования ресурсов позволяет делиться высококвалифицированными кадрами или использовать команды профессионалов как вид инвестиционного ресурса при реализации инновационно-инвестиционных проектов	Привлечение высококвалифицированных специалистов, усиление собственных кадров, повышение качества и скорости процесса разработки, сокращение длительности производственного цикла на 10–20%	Научные исследования и разработка, опытно-конструкторские работы, производство
Шеринг инженеринговых проектных команд	Стартовал как разновидность шеринга персонала, это направление получило самостоятельное развитие в рамках моделей аутстаффинга – привлечения нужных кадров для решения проектных задач на временной основе с использованием услуг компании-посредника	Сокращение продолжительности инновационного цикла, недопроизведенных потерь, повышение качества работ за счёт слаженной работы команды на 10–20%	Научные исследования и разработка, опытно-конструкторские работы, лабораторные исследования и тесты, опытное производство

Источник: составлено авторами на основе (Ткаченко, Рогова, 2020; Bouncken et al., 2020; Curtis, Mont, 2020).

Реализация бизнес-проекта путём использования различных моделей шеринга на всех этапах позволяет сделать инновационный процесс постоянно функционирующим во время «рождения» инновационного товара / услуги и сопровождающимся новыми решениями в инновационной деятельности с момента появления инновационной идеи до практического её воплощения на основе совместного использования. Эффективное совместное использование должно усиливаться здоровым творческим климатом, положительной и благоприятной творческой атмосферой в трудовом проектом коллективе (Краус, 2016). Это повысит качество инновационно-цифровой деятельности, что положительно повлияет на конкурентоспособность инновационной продукции / услуги в условиях виртуальной реальности.

Критики модели экономики общего потребления указывают на то, что высокий уровень предложения и растущий уровень конкуренции в шеринговой экономике в отличие от «классических» рыночных моделей не приводит к росту качества, только способствует снижению цены. Бизнес, основанный на модели P2P, критикуют за игнорирование противоречий между самодостаточными корпорациями и глобальными корпорациями, за нарушение трудовых прав, уклонение от налогов. Распространение моделей общего потребления, указывают критики, сопровождается мошенничеством, включая кибермошенничество, поэтому бизнесу, функциони-

рующему и по классическим моделям, и по модели шеринговой экономики, приходится уделять большое внимание средствам безопасности.

Общей проблемой, при анализе которой исследователи шеринговой экономики (и сторонники, и её оппоненты) выступают в основном с единых позиций, является вопрос доверия – необходимости формирования и обеспечения в ней атмосферы "режима" экономики доверия. Доверие в современном мировом сообществе является весьма актуальной проблемой не только в экономике общего потребления, но в этой модели её значение крайне важно, в том числе, для существования этой системы (Авдокушин, Кузнецова, 2019). Доверие возникает и развивается вместе с человеческими отношениями. Если доверие исчезает, то разрушается институциональная основа экономической системы.

Важно, что доверие внутри многих шеринговых платформ в последнее время достигает уровня, достаточного для строительства серьёзных бизнес-отношений. Недавно компания BlaBlaCar провела в Европе исследование, в котором измерялся уровень доверия людей к представителям разных социальных категорий. Выяснилось, что в отношении коллег и соседей по пятибалльной шкале он составляет 3,6–3,8. Членам семьи и друзьям люди доверяют больше – на уровне 4,7 балла. Больше всего исследователей интересовал вопрос доверия к незнакомцам в Интернете. Выяснилось, что если о человеке опубликована более или менее полная информация, история соблюдения им своих обязательств, личный рейтинг и данные о его активности в Интернете (это как раз модель, которую практикует BlaBlaCar), то уровень доверия к нему повышается в среднем до 4,17 балла. То есть совсем немного уступает доверительным отношениям в семье.

Следовательно, решение этой проблемы видится через визуализацию репутационного капитала участников шеринговой экономики. Каждая шеринговая платформа находит способ подстраховаться себя и своих клиентов от нештатных ситуаций. И здесь важным механизмом может стоять использование технологии блокчейна, выстраивание системы распределённого доверия. Одним из инструментов этой системы является выставление рейтингов по определённому перечню критериев. В связи с этим принципы рейтингономики (Авдокушин, 2014), что является органическим блоком современной экосистемы, должны быть в полной мере задействованы и в модели общего потребления. Рейтинговая система, формирующая репутацию субъектов шеринговой экономики (от шеринговых P2P до коммун по бартерному и бесплатному обмену животными), должна стать определяющей в строительстве и развитии отношений экономики общего потребления. Тем более что современная цифровая экономика позволяет

с помощью поисковых систем блокчейна генерировать и отслеживать репутационные рейтинги не только новой модели потребления, но и экономической системы в целом.

Начиная с появления децентрализованных и распределённых цифровых систем без централизованного управления, стало понятно, что надёжность определения репутации участников шеринговой экономики является серьёзной проблемой. В существующих распределённых цифровых системах, основанных на технологии блокчейн, применяются различные алгоритмы достижения консенсуса, использующие различные формы взвешенного голосования, каждая из которых предлагает определённую эвристику, какое качество узла в цифровой сети может использоваться, чтобы спрогнозировать его ожидаемый уровень доверия (*Cachin, Vukolic, 2017*).

Умение построить надёжную систему вычисления репутации участников является критически важным для решения проблем шеринговой экономики, и любая парадигма шеринговой экономики должна тем или иным образом решать "проблему доверия" во взаимоотношениях между субъектами цифровой экосистемы.

Мы считаем, что решение могло бы быть востребовано на основе базовых принципов определения репутации как "уровня доверия" между участниками экономики общего потребления и использовано не только для обеспечения консенсуса в системах цифровых технологических платформ, но и в существующих человеческих онлайн-сообществах, а также в будущих бизнес-моделях шеринговой экономики. Мир, как считает Р. Ботсман (2017), стоит на карте кардинальной перестройки социально-экономических систем, где репутационные рейтинги займут важное место.

Можем сделать вывод, что шеринговая экономика является экономикой с новыми формами саморегулирования в режиме онлайн, специализированными и авторитетными рейтинговыми агентствами, основанными на принципах доверия, экономии времени и ресурсов, выгоды, рационального потребления, репутации и т. п.

Но наряду с положительными аспектами, присущими этой экономике, она имеет и негативные тенденции, на которые акцентируют её противники. Адепты цифрового шеринга через приложения в смартфоне стремятся доказать, что владение вещами – это неудобно<sup>5</sup>. Критики этого подхода настаивают, что человек покупает дом, транспорт, одежду, бытовую технику и другие вещи в случае, когда он экономически благополучен и платёжеспособный (*Blanchard, 2015*). Если человек экономически небла-

<sup>5</sup> The ever-growing sharing economy. (2019). EU-Startups.com, URL: <https://www.eu-startups.com/2019/02/the-ever-growing-sharing-economy-pros-and-cons>

гополучный (нищий), то он не покупает вещи, а пытается делить материальные блага среди таких же нищих, иначе не хватит денег на базовые потребности (Розов, 2019). "Экономика шеринга – это бедность. Коммунистический колхоз, отягощённый буржуазной арендой". То есть социально-экономический переход от модели частного владения и пользования до модели коллективного владения и пользования – это переход от благополучия к бедности. Другими словами – это переход от состоятельной хуторской системы до убогой колхозной, когда, например, фермеры не в состоянии позволить себе роскошь держать собственное хозяйство и вынуждены объединять владения, чтобы снизить расходы ценой снижения комфорта (использование машин по очереди – *carshare*; совместное проживание в общежитии-коммуналке – *flatshare*, вплоть до *bootshare*, *bedshare* т.п.)<sup>6</sup>.

Следовательно, суть шеринговой экономики лежит в плоскости коллективной или кооперативной собственности. Её главный признак: каждый участник имеет долю (*share*) в праве собственности на вещь. Однако, если внимательно посмотреть в "инновационные шеринговые сервисы", то окажется, что это не *carshare* и *flatshare*, а аренда (без какой-либо доли в собственности). Дело обычно в собственности у арендодателя, который берёт деньги за пользование. Например, в "краткосрочной аренде автомобиля" (каршеринг) *DriveNow*<sup>7</sup> автомобили в собственности у одноименной компании, совершенно так же, как в компании *The Hertz Corporation*<sup>8</sup> (которая сдаёт автомобили в аренду уже более 100 лет).

На практике в Украине распространены только некоторые иностранные шеринговые модели, которые адаптируются к реалиям национальной экономики и ментальности. Также исследователи считают, что спонтанность и неконтролируемость развития отношений шеринговой экономики, несмотря на их большой потенциал, несёт угрозу для традиционных бизнес-моделей и требует разработки чётких правил игры (Швед, Яблочников, 2018). В то же время в Украине развито электронное управление на базе цифровых платформ, направленных на оказание государственных и муниципальных услуг онлайн.

Опыт деятельности отечественных шеринговых платформ (райдшеринг "Подорожник", "Подвезу", *easy2go*) доказывает значительные перспективы и возможности разработчиков реагировать на потребности местного рынка и бизнес-инновации, а также низкую конкурентоспособность по срав-

<sup>6</sup> Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. (2020). *Центр Разумкова*. Київ: Заповіт. С. 110.

<sup>7</sup> *DriveNow Car Sharing & Car Club* (2020). URL: <https://www.drive-now.com/en>

<sup>8</sup> *Car Rental: Save More on Rental Cars, Vans & Trucks* (2020). URL: <https://www.hertz.com/rentacar/reservation>

нению с глобальными зарубежными платформами. Из известных на мировом рынке в Украине присутствуют такие шеринговые компании Uber (2016), BlaBlaCar (2014), OLX (2014), Airbnb и другие. Кроме них, также популярны платформы электронной торговли (Щеглюк, 2019).

Следовательно, в результате изучения потенциальных возможностей и перспектив развития национальной экономики шерингового типа можно утверждать, что бизнес-модель шеринга в Украине получит дальнейшее развитие.

Таблица 4

**Сдерживающие и стимулирующие факторы  
внутреннего развития национальной экономики  
шерингового типа**

<p align="center">Стимулирующие факторы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ формирование новой модели потребления, нового образа жизни и общественных ценностей (основной акцент - доверие)</li> <li>✓ появление новых сфер деятельности, создание новых потребительских ценностей;</li> <li>✓ новые источники доходов и прибыли;</li> <li>✓ уничтожение границ в распределении ресурсов;</li> <li>✓ усиленная активизация распределения ресурсов и их рациональное использование;</li> <li>✓ новый инструмент для решения общественных и глобальных проблем (безработица, экологические проблемы, чрезмерное потребление, бедность)</li> <li>✓ гибкие рабочие договорённости;</li> <li>✓ низкие цены по сравнению с традиционными сервисами;</li> <li>✓ развитие информационных технологий и коммуникационных технологий</li> </ul>
<p align="center">Сдерживающие факторы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ вызовы для существующей экономики и традиционных бизнес-компаний;</li> <li>✓ несовершенство государственного регулирования шеринговой индустрии;</li> <li>✓ негибкость налоговой системы для шеринговых компаний;</li> <li>✓ непривлекательность украинской шеринг-индустрии для инвесторов. Украинская цифровая экосистема находится в стадии формирования;</li> <li>✓ отсутствие статистического учёта шеринговой экономики, что не позволяет учесть влияние шеринга на реальную экономику Украины;</li> <li>✓ неразвитая правовая база</li> </ul>

*Источник:* составлено авторами на основе источников (Айзексон, 2017; Голобородько та ін., 2018).

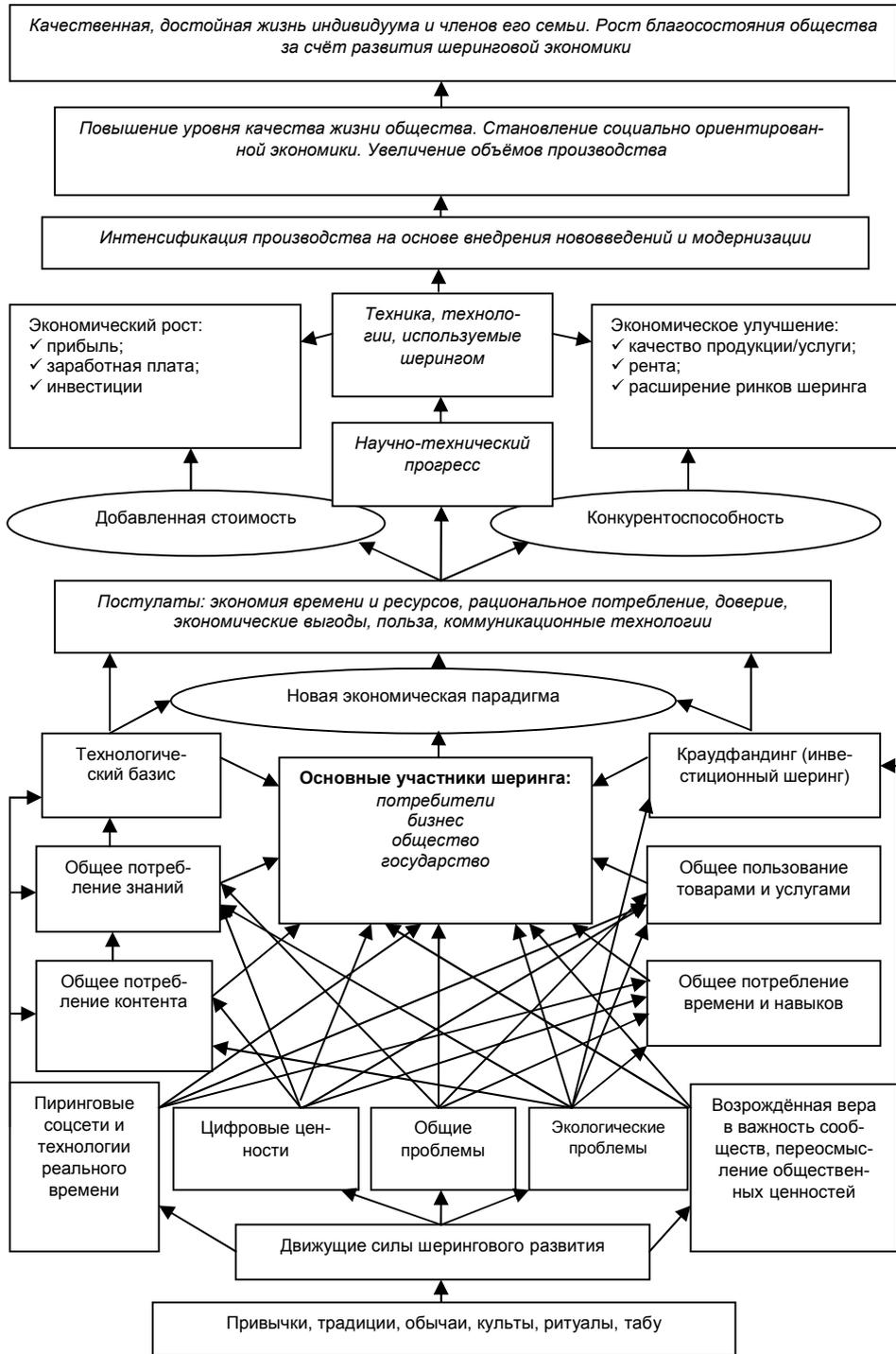
Таблица 5

**Потенциальные возможности и угрозы на этапе становления  
национальной экономики шерингового типа  
в условиях виртуальной реальности**

Потенциальные угрозы	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ проблемы в защите шеринговых интернет-платформ, безопасности шеринговых взаимодействий, страховании;</li> <li>✓ финансовые барьеры для работы украинских компаний на глобальных рынках, а именно в части беспрепятственного получения средств;</li> <li>✓ счетам, открытым в Украине;</li> <li>✓ наличие законодательных преград для распространения идеологии шеринговой экономики на внутренних рынках (к примеру, в сфере распределения частотного ресурса – отсутствие технологической нейтральности);</li> <li>✓ проблемы в регулировании рынка шеринга, порождающие неопределённость</li> </ul>
Потенциальные возможности	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ развитие социально-экономических инноваций, сервисных моделей, влияние на эффективность и конкурентоспособность украинского бизнеса без значительных капиталовложений;</li> <li>✓ лёгкое начало бизнесов, не требующих больших первоначальных затрат, быстрый запуск коммерческих интернет-проектов;</li> <li>✓ возможности для бизнес-новичков;</li> <li>✓ создание новых market place, расширение рынков потребления украинских продуктов, сервисов и трудовых ресурсов, коммерческая глобализация; «выращивание» новых более квалифицированных поколений ИТ-специалистов со специализацией в шеринговой экономике</li> </ul>
Тренды и перспективы развития	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ глобальный рост мирового рынка;</li> <li>✓ децентрализация и демократизация путей получения доходов;</li> <li>✓ внедрение технологии блокчейна для обеспечения прозрачности и безопасности деятельности участников платформы</li> </ul>

*Источник:* составлено авторами на основе источников (Щеглюк, 2019; Голобородько та ін., 2018).

Определив концепцию развития шеринговой экономики на рис. 1, считаем нужным отметить, что она ориентируется на трансформацию социально-экономических отношений, преследуя цель инклюзивного, оптимального взаимодействия между субъектами и объектами управления развитием общего пользования, и их интеграцию в цифровую экосистему по привлечению к участию в цепь создания ценности. В предлагаемой модели шеринговая экономика должна обеспечить комфорт, удобство и богатство выбора для потребления и новое качество жизни.



**Рисунок 1. Концепция шеринговой экономики в условиях виртуальной реальности**

Источник: разработка авторов.

Следует заметить, что, анализируя шеринговую экономику в Украине, необходимо учитывать интересы всех основных участников шеринга, поскольку без определения шеринговой экономики в цифровой экосистеме относительно движущих сил развития шеринга становится невозможным проведение множества эффективных бизнес-процессов формирования новой системы ценностей для потребителя и создания качественных шеринговых платформ, наблюдавшееся в Украине в последние годы.

#### **Выводы**

На сегодняшний день шеринговая экономика – это не просто одна из моделей поведения в условиях кризиса общественного потребления, а необходимая основа "наступления эпохи общего потребления". Более того, совместное потребление становится платформой бизнес-идей и концепцией новой экономики, раскрывает систему создания ценности для потребителя. Необходимым условием появления и популярности шеринга является не только развитие цифровой экономики с преобладанием выхода в Интернет с мобильных устройств, но и удовлетворение таких важных для современного пользователя потребностей, как скорость получения блага, доверие к этому благу, снижение стоимости потребительских благ.

И шеринговая экономика характеризуется рядом рисков, существующих в ходе использования шеринговых моделей для удачного становления и эффективного функционирования цифрового предпринимательства. Так, шеринг персонала для цифрового предпринимательства находится в зоне риска, связанного с противоправными действиями третьих лиц; риска недостижения целей цифрового проекта в связи с недополучением общих характеристик продукта, что оказывает ощутимое влияние на модель шеринга использования оборудования для реализации цифрового бизнеса. Шеринг идей и технологических решений находится в тесной взаимозависимости с фактом оттока тайн производства и ноу-хау, информации и неполной характеристики товара. Модель шеринга инженерных проектных команд находится под влиянием риска быть недофинансированными в нужном для реализации проекта объёме.

Наряду с угрозами и рисками, существующими в результате применения моделей экономики общего пользования, цифровые решения шеринговой экономики меняют способы построения и управления шеринговыми компаниями, где происходит осознание отказа от частной собственности в пользу собственности коллективной. Это позволяет усилить власть шеринговых компаний и получить новые конкурентные преимущества. Отечественные шеринговые компании могут получить существенные выгоды, если они способны использовать интернет-услуги, предоставляемые цифровыми платформами.

Именно доступность разнообразия интернет-сервисов и цифровых платформ является основой мультипликативного распространения экономики шеринга, в результате которой существенно меняется как ценность для клиентов, так и сама система её создания, поскольку цифровые платформы позволяют сформировать принципиально новые цепочки добавленной ценности для потребителя. Развитие шеринговой экономики в Украине в значительной степени будет зависеть от доверия (доверия к платформе доверия; к открытой информации; удалённого межличностного доверия), развития информационного и коммуникационного пространства, новых цифровых платформ. Именно доверие становится нематериальным капиталом, что позволяет снижать трансакционные издержки и привлекать пользователей к сфере шеринга.

Уже на современном этапе формирования шеринговой экономики в Украине стоит позаботиться о создании специализированных рейтинговых агентов, выработки новых форм саморегулирования, реформирования существующих нормативов и правил экономики общего потребления, привлекая соответственно обновлённые государственные институты. Тем не менее, несмотря на возможные риски и препятствия по применению моделей шеринга, "совместное потребление" можно рассматривать как достаточно перспективное направление создания стоимости и реализации цифровой трансформации в условиях виртуальной реальности.

### Литература

1. Авдокушин Е. Ф. (2014). Рейтингономика как инструмент финансовой экономики. *Вопросы новой экономики*. № 2. С. 4–12.
2. Авдокушин Е. Ф., Белова Л. Г. (2018). Экономика совместного потребления – формирующийся сегмент новой экономики. *Вопросы новой экономики*. № 2 (46). Р. 4–14.
3. Авдокушин Е. Ф., Кузнецова Е. Г. (2019). Экономика совместного потребления: сущность и некоторые тенденции развития. *Экономический журнал*. № 2 (54). С. 6–19.
4. Айзексон В. (2017). Інноватори: як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію. Київ: Наш формат.
5. Валлерстайн И. (2003). После либерализма. Москва: Едиториал УРСС. С. 256.
6. Глуценко О. В. (2016). Реципрокний обмін: діалектика розвитку та форми прояву в умовах інформаційно-мережевого суспільства. *Економічна теорія*. № 1. С. 53–66. <https://doi.org/10.15407/etet2016.01.053>
7. 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](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf).
8. Долгова М. В., Дрязгина Е. С. (2015). Экономика совместного потребления как новая бизнес-модель. *Финансы, деньги, инвестиции*. № 3. С. 13–18.
9. Краус К. М., Краус Н.М. (2018). Цифровізація в умовах інституційної трансформації економіки: базові складові та інструменти цифрових технологій. *Інтелект ХХІ століття*. № 1. С. 211–214.
10. Краус Н. М. (2019). Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп.

11. 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.
12. Краус Н. М., Краус К. М. (2016). Реалізація інноваційного проекту підприємницькою структурою в рамках дії "вітряка інновацій". *Економіст*. № 2. С. 4–8.
13. 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://economyand.society.in.ua>
14. Розов А. (2019). Шеринг – это ничто. Коммунистический колхоз, отягощённый буржуазной арендой. *LiveJournal*. URL: <https://alex-rozoff.livejournal.com/198903.html>
15. Ткаченко Е. А., Рогова Е. М. (2020). Шеринг инновационных ресурсов как фактор развития экономики совместного использования в индустриальном секторе СЗФО: *материалы международного научного семинара ИНИР им. С.Ю. Витте*. №4 (66). С. 23–33. DOI: 10.37930/1990-9780-2020-4-66-23-33
16. Фукуяма Ф. (2008). Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. Київ: Довіра. С. 730.
17. Шваб К. (2017). Четвертая промышленная революция. Москва: Эксмо. С. 208.
18. Швед В.В., Яблочников С.Л. (2018). Особенности шеринговой экономики на Украине. *Вестник Волгоградского института бизнеса*. № 2 (43). С. 78. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.43.201
19. Щеглюк С. (2019). Морфологія цифрової економіки: особливості розвитку та регулювання цифрових технологічних платформ. *Науково-аналітична записка*. URL: <http://ird.gov.ua/irdp/e20190301.pdf>.
20. Як шерингова економіка змінює світ (2016). URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2016/09/5/603709/>
21. Andrusiak N. O., Kraus N. M., Kraus K. M. (2020). Digital Cubic Space as a New Economic Augmented Reality. *Sci. innov.* V. 16. No. 3. pp. 92–105. <https://doi.org/10.15407/scine16.03.092>.
22. Blanchard O. (2015). Stop calling it the "sharing economy". URL: <http://olivierblanchard.net/stop-calling-it-the-sharing-economy-that-isnt-what-it-is>.
23. Botsman R. (2017). Who Can You Trust York. Public Affairs. P. 336.
24. Bouncken R., Ratzmann M., Barwinski R., Kraus S. (2020). Coworking spaces: Empowerment for entrepreneurship and innovation in the digital and sharing economy. *Journal of Business Research*. Vol. 14. Pp. 102–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.033>
25. Cachin C., Vukolic M. (2017). Blockchain Consensus Protocols in the Wild. 31-й *Международный симпозиум по распределенным вычислениям (DISC 2017)*. № 1. С. 1:1-1:16.
26. Curtis S.K., Mont O. (2020). Sharing economy business models for sustainability. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 2661. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121519>
27. Debelak D. (2006). *Business models made easy*. Entrepreneur Press. P. 240.
28. Felson M., Spaeth J. (1978). Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. *American Behavioral Scientist*. № 21. P. 614–624. <https://doi.org/10.1177/000276427802100411>
29. Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. (2016). The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. № 67(9). P. 2047–2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
30. Hamel G. (2000). *Leading the revolution*. Boston, Harvard Business School Press.
31. Laloux F., Wilber K. (2014). *Reinventing organizations: a guide to creating organizations inspired by the next stage in human consciousness*. Nelson Parker.
32. Osterwalder A., Pigneur Y. (2013). *Business model generation; a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons. P. 288.
33. Thaler R., Sunstein C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*. TC Leonard. *Constitutional Political Economy*. № 19 (4). P. 356–360. <https://doi.org/10.1007/s10602-008-9056-2>

34. Tversky A., Kahneman D. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. XLVII. P. 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
35. Yegina N.A., Zemskova E.S., Gorin V.A., Stepanova D.I. (2019). Applying consumer behavior theory in the context of the digital transformation of the economy. *International Journal of Supply Chain Management*. Vol. 8. N 3. P. 341–347.

Поступление в редакцию 06.05.2021 г.

Прорецензирована 09.06.2021 г.

Подписано к печати 22.06.2021 г.

### References

1. Avdokushin, E.F. (2014). Ratingonomics as an instrument of the financial economy. *Voprosy novoy jekonomiki – New Economy Issues*, 2, 4-12 [in Russian].
2. Avdokushin E.F., Belova L.G. (2018). Sharing Economy – An Emerging Segment of the New Economy. *Voprosy novoy jekonomiki – New Economy Issues*, 2 (46), 4-14 [in Russian].
3. Avdokushin, E.F., Kuznetsova E.G. (2019). Economics of Joint Consumption: Essence and some Development Trends. *Ekonomicheskyy Zhurnal – Economic Journal*, 2 (54), 6-19 [in Russian].
4. Isaacson, W. (2017). The Innovators: How a Group of Hackers, Geniuses, and Geeks Created the Digital Revolution. Kyiv: Nash format [in Ukrainian].
5. Wallerstein, I. (2003). After liberalism. Moscow: Editorial URSS [in Russian].
6. Hlushchenko, O. (2016). Reciprocal exchange: development dialectics and manifestations in conditions of the informational-and-network society. *Ekonom. teor. – Economic theory*, 1, 53-66. <https://doi.org/10.15407/etet2016.01.053> [in Ukrainian].
7. Holoborodko, O. P., Kraus, N. M., Kraus, K. M. (2018). Digital economy: trends and perspectives of the abangard change of development. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 1. Retrieved from [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2018/8.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf) [in Ukrainian].
8. Dolgova M.V., Dryazgina E.S. (2015). Sharing economy as a new business model. *Finansy, dengi, investicii – Finances, money, investments*, 3, 13-18 [in Russian].
9. Kraus, N.M., Kraus, K.M. (2018a). Digitization under institutional transformation of the economy: basic components and tools of digital technologies. *Intelekt XXI stolittia – Intelligence of the XXI century*, 1, 211-214 [in Ukrainian].
10. Kraus, N.M. (2019). Innovative economy in the globalized world: institutional basis of formation and trajectory of development: monograph. Kyiv: Ahrar Media Hrup [in Ukrainian].
11. Kraus, N.M., Kraus, K.M. (2018b). What changes bears «Industry 4.0» for the economy and production? *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini – Formation of market relations in Ukraine*, 9 (208), 128-136 [in Ukrainian].
12. Kraus, N.M., Kraus, K.M. (2016). Implementation of innovative project by a business entity within the framework of “windmill of innovations”. *Ekonomist – Economist*, 2, 4-8 [in Ukrainian].
13. Kryvoruchko, O.S., Kraus, N.M., Kraus, K.M. (2018). Virtual reality of national informative-innovative space. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, 14. 22-35. Retrieved from <http://economyand.society.in.ua> [in Ukrainian].
14. Rozov, A. (2019). Sharing is poverty. Communist collective farm burdened by bourgeois lease. *LiveJournal*. Retrieved from <https://alex-rozoff.livejournal.com/198903.html> [in Russian].
15. Tkachenko, E.A., Rogova, E.M. (2020). Sharing of innovative resources as a factor in the development of a shared economy in the industrial sector of the Northwestern Federal District: materials of the international scientific seminar INIR named after S.Yu. Witte, 4 (66), 23-33. <https://doi.org/10.37930/1990-9780-2020-4-66-23-33> [in Russian].
16. Fukuyama, F. (2008). Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. Kyiv: Dovira [in Ukrainian].
17. Schwab, K. (2017). The fourth industrial revolution. Moscow: Jeksmo [in Russian].

18. Shved, V.V., Jablochnikov, S.L. (2018). Features of the sharing economy in Ukraine. *Vestnik. Volgogradskogo instituta biznesa – Bulletin of the Volgograd Institute of Business*, 2 (43), 78. <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2018.43.201>[in Russian].
19. Shchehliuk, S. (2019). Morphology of digital economy: features of development and regulation of digital technological platforms. *Scientific and analytical note*. Retrieved from <http://ird.gov.ua/irdp/e20190301.pdf> [in Ukrainian].
20. How the sharing economy is changing the world (2016). Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/publications/2016/09/5/603709/> [in Ukrainian].
21. Andrusiak, N.O., Kraus, N.M., Kraus, K.M. (2020). Digital Cubic Space as a New Economic Augmented Reality. *Sci. innov*, 16: 3, 92-105. <https://doi.org/10.15407/scine16.03.092>
22. Blanchard, O. (2015). Stop calling it the “sharing economy”. Retrieved from <http://olivierblanchard.net/stop-calling-it-the-sharing-economy-that-isnt-what-it-is>
23. Botsman, R. (2017). *Who Can You Trust* York. Public Affairs.
24. Bouncken, R., Ratzmann, M., Barwinski, R., Kraus, S. (2020). Coworking spaces: Empowerment for entrepreneurship and innovation in the digital and sharing economy. *Journal of Business Research*, 14, 102-110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.033>
25. Cachin, C., Vukolic, M. (2017). Blockchain Consensus Protocols in the Wild. *31st International Symposium on Distributed Computing (DISC 2017)*, 1, 1:1-1:16.
26. Curtis, S.K., Mont, O. (2020). Sharing economy business models for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 2661. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121519>
27. Debelak, D. (2006). *Business models made easy*. Entrepreneur Press.
28. Felson, M., Spaeth, J. (1978). Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, 21, 614-624. <https://doi.org/10.1177/000276427802100411>
29. Hamari, J., Sjöklint, M., Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
30. Hamel, G. (2000). *Leading the revolution*. Boston, Harvard Business School Press.
31. Laloux F., Wilber K. (2014). *Reinventing organizations: a guide to creating organizations inspired by the next stage in human consciousness*. Nelson Parker.
32. Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2013). *Business model generation; a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
33. Thaler, R., Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*. TC Leonard. *Constitutional Political Economy*, 19 (4), 356-360. <https://doi.org/10.1007/s10602-008-9056-2>
34. Tversky, A., Kahneman, D. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, XLVII, 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
35. Yegina, N.A., Zemskova, E.S., Gorin, V.A., Stepanova, D.I. (2019). Applying consumer behavior theory in the context of the digital transformation of the economy. *International Journal of Supply Chain Management*, 8: 3, 341-347.

Received on May 6, 2021

Reviewed June 9, 2021

Signed for printing June 22.06.2021