

DOI: 10.15407/etet2021.02.005

УДК: 330.88:(101.8+004.9)

JEL: O30, O31, O40

**Валерій Осецький,
Наталія Краус,
Катерина Краус**

ШЕРИНГОВА ЕКОНОМІКА: ДІАЛЕКТИЧНИЙ РОЗВИТОК РЕЦИПРОКНОГО ОБМІНУ В УМОВАХ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ТА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Розглянуто теоретичні та практичні аспекти становлення та розвитку у світі і Україні економіки спільного користування та здійснено обґрунтування економічної природи шерингової економіки та поглиблено її соціально-економічний зміст крізь призму цифрової трансформації, що відбувається в умовах віртуальної реальності.

Мета статті полягає в обґрунтуванні особливостей становлення шерингової економіки в глобальному комунікаційному просторі в умовах віртуальної реальності внаслідок розвитку цифрових технологічних платформ, виокремленні та аналізі переваг й ризиків побудови бізнес-моделей економіки спільного використання в Україні та за кордоном.

Використано сукупність методів емпіричного і теоретичного дослідження: методи аналізу, синтезу й узагальнення, що на діалектичному рівні досліджень дозволяють науково обґрунтувати найбільш популярні типи рішень шерингової економіки. На основі доступних даних компаній, котрі агрегують BigData, а та-

Осецький Валерій Леонідович (val_osetski@ukr.net), д-р екон. наук, проф.; професор кафедри економічної теорії, макро- та мікроекономіки Київського національного університету імені Тараса Шевченка, <http://orcid.org/0000-0001-5104-1070>.

Краус Наталія Миколаївна (k2205n@ukr.net), д-р екон. наук, доц.; професор кафедри фінансів та економіки Київського університету імені Бориса Грінченка, <http://orcid.org/0000-0001-8610-3980>.

Краус Катерина Миколаївна (k23k@ukr.net), канд. екон. наук, доц.; доцент кафедри управління Київського університету імені Бориса Грінченка, <http://orcid.org/0000-0003-4910-8330>.

Цитування: Осецький В. Л., Краус Н. М., Краус К. М. Шерингова економіка: діалектичний розвиток реципрокного обміну в умовах віртуальної реальності та цифрової трансформації. Економічна теорія. 2021. № 2. С. 5–27. DOI: 10.15407/etet2021.02.005

© В. Осецький, Н. Краус, К. Краус, 2021

ISSN 1811-3141. Економічна теорія. 2021. № 2: 5–27

кож консалтингових компаній описано поведінку споживачів через шерингову економіку в період цифрової трансформації.

У результаті проведеного дослідження запропоновано авторську концепцію шерингової економіки в умовах віртуальної реальності.

Встановлено, що найважливішим фактором переходу до шерингової економіки є трансформації клієнтського обслуговування. Доведено, що сьогодні цифрова економіка принципово змінює способи побудови і управління шеринговими організаціями, при цьому проблеми, що виникають, можна пов'язати насамперед зі змінами об'єкта і суб'єкта управління та розвитком організацій в цифровому середовищі. Вказано переваги моделей шерингу щодо використання інноваційних ресурсів в розрізі стадій реалізації бізнес-проекту.

Ключові слова: шеринг, шерингова економіка, цифрова трансформація, віртуальна реальність, економіка спільного споживання, бізнес-моделі шерингу.

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

Valerii L. Osetskiy (val_osetski@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.

Стрімке поширення економіки спільного споживання відбиває ідеї мережевого суспільства. Споживачі користуються конкретними продуктами лише тоді, коли вони потрібні. Так вони знижують витрати з утримання майна (Hamari et al., 2016). Економіка спільного споживання (інша назва – шерингова економіка "sharing economy"; від англ. to share – ділитися) – це нове поняття, яке з'явилося на початку 2000 року і було пов'язане з новою бізнес-моделлю, яка могла б вирішити соціальні проблеми через соціальні мережі і віртуальні сервіси (Криворучко та ін., 2018), що з'єднують тих, хто володіє ресурсом, з тими, хто його потребує. Один з основних принципів – це доступ до користування, а не володіння якимось благом. Це поняття, яке вперше ввів в обіг професор права в Стенфордському університеті Лоуренс Лессіг в 2008 році, описує взаємодію між людьми, одні з яких мають активи, але не використовують їх, і готові цими активами поділитися з іншими людьми для задоволення потреб останніх (Долгова, Дрязгина, 2015).

У сучасному світі шерингова економіка розвиває принципово нові економічні та соціальні відносини між індивідуумами, забезпечуючи загальний доступ до товарів, послуг, даних і компетенцій за принципом "рівний рівному". Все це стало можливим завдяки зміцненню довіри серед незнайомих людей, яка почала зростати разом з появою форм зворотного зв'язку, рейтингів і систем забезпечення безпечної оплати. Питання про значення довіри в суспільному та економічному житті, ширше – історії сучасності загалом, останнім часом було винесено на передній план наукової думки. Одним із багатьох прикладів є фундаментальна праця відомого американського соціального мислителя Ф. Фукуяма, яка так і називається – "Довіра". Він зокрема акцентує увагу: "Якщо вважати здатність спільно працювати на загальний результат формою капіталу, не можна не визнати довіру цінним економічним активом, тобто потенційним джерелом добробуту і стабільності влади (Фукуяма, 2008. С. 730). А взаємна довіра, "у якій є своя чимала і конкретна економічна величина", є результатом "спільних норм і цінностей" (Фукуяма, 2008. С. 26). Довіра – це фундамент, на якому

будуються шерингові майданчики. Головний же "будівельний матеріал" – репутація, яка зі свого боку вибудовується покроково. Загальна ж ідеологія шерингової економіки якнайкраще ілюструється принципом "win-win", коли від взаємодії виграють обидві сторони.

Питання шерингу актуалізується в умовах реалій української економіки, якій притаманний "ціннісний вакуум" нової моделі спільного споживання, що супроводжується недостатнім розвитком шерингових Інтернет-платформ як суб'єктів шерингової економіки, які покликані забезпечувати ефективність відображення споживчих цінностей у процесі розвитку економіки спільного споживання. Незважаючи на розвиток економіки спільного споживання, в Україні процес створення та реалізація нових проєктів у сфері шерингу має несистемний характер. Це пов'язано з наявністю економічних, технологічних, правових, соціальних, психологічних бар'єрів, які гальмують розвиток шерингової економіки, а отже зміну споживчих цінностей у цифровій економіці.

Питанням розвитку шерингової економіки присвячені наукові роботи багатьох учених, які визначають, що основою поширення шерингових платформ є зростання цінності товарів і послуг як для бізнесу, так і для суспільства, а також користування можливим фінансовим прибутком від виробленої споживчої вартості. Основи теорії шерингу та розвиток на його основі економіки спільного користування були закладені у працях Т. Веблена, Х. Лейбенстайна, Дж.К. Гелбрейта, Д. Канемана, А. Талєра та ін. Проблема закономірностей і суперечностей становлення шерингової економіки знайшла відображення у наукових працях таких зарубіжних вчених, як Р. Ботсман, Р. Роджерс, Б. Волш, Ф. Маззелла, М. Спенс, Д. Прабху, Г. Левіс та ін. В Україні ж явище шерингу нове, і тому набуває актуальності дослідження основних фундаментальних факторів розвитку шерингової економіки та виявлення особливостей і тенденцій її становлення; функціонування економіки спільного користування в нашій країні й ролі цифрових платформ, за допомогою яких нові технології сприятимуть формуванню економіки спільного споживання. Тому сьогодні перед економічною наукою актуальною проблемою залишається теоретико-методологічне поглиблення наукових підходів визначення трендів і перспектив розвитку шерингової економіки в Україні.

Мета статті полягає в обґрунтуванні основних теоретичних і практичних положень становлення шерингової економіки в глобальному комунікаційному мережевому просторі внаслідок розвитку цифрових технологічних платформ, у аналізі переваг і ризиків побудови бізнес-моделей економіки спільного використання в Україні та за кордоном, де відбувається усвідомлена відмова від приватної власності на користь власності колективної, та

в авторському представленні концепції шерингової економіки в умовах віртуальної реальності.

Для досягнення поставленої мети та розв'язання окремих завдань використано сукупність методів емпіричного й теоретичного дослідження: методи аналізу, синтезу й узагальнення, що на діалектичному рівні дозволяють науково обґрунтувати популярні типи рішень шерингової економіки. У цій статті використовувалися теоретико-методологічні принципи міждисциплінарного підходу, що включає до аналізу соціокультурні, поведінкові та інституційні передумови. На основі доступних даних компаній, котрі агрегують дані BigData, а також консалтингових компаній, описано поведінку споживачів через шерингову економіку в період цифрової трансформації. Спеціальні методи економічних наук, а саме: економіко-статистичний, компаративний і функціонально-структурний аналіз – дозволили розкрити появу нових бізнес-моделей, які об'єднують світ товарів і світ послуг.

На цьому етапі однією з визначальних закономірностей суспільного розвитку є нова модель соціально-економічних відносин, вбудованих у систему створення вартості в цифровій економіці – так звана шерингова економіка, що включає ряд визначень: економіка обміну, економіка спільного споживання, економіка спільного користування товарами, послугами, економіка доступу, колаборативна економіка, peer-to-peer есоному (від користувача до користувача, або P2P) тощо¹. Термін "спільне споживання" використовується для опису бізнес-моделі, заснованої на колективному використанні товарів і послуг, бартері та оренди замість володіння, в основі якої лежить ідея, що іноді зручніше платити за тимчасовий доступ до продукту, ніж володіти цим продуктом (*Felson, Spaeth, 1978*). Термін "collaborative consumption" ("спільне споживання") вперше був використаний ще в 1978 році Маркусом Фелсоном і Джо Л. Спетом у статті "Структура співтовариства і спільне споживання: рутинний підхід до діяльності" (*Авдокушин, Белова, 2018*).

Концепція спільного споживання була сформована в 2010 році Рейчел Ботсман і Рю Роджерсом, співавторами книги "What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption", які описали нову бізнес-модель, здатну революціонізувати споживання товарів і послуг. Їм удалось визначити характерні риси та рушійні сили розвитку шерингової економіки, які ми подали в табл. 1.

Засновник та ідеолог Давоського форуму Клаус Шваб у своїй книзі "Четверта промислова революція" відносить економіку спільного споживання до принципово нової моделі, яка змінить сучасне суспільство (*Шваб, 2017*). На думку китайських дослідників економіки спільного споживання

¹ 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 1811-3141. Економічна теорія. 2021. № 2

Таблиця 1

Характерні риси шерингової економіки та її рушійні сили розвитку

Складник шерингової економіки	Загальна характеристика та особливості структурного складника шерингової економіки
Характерні риси	- зміна характеру поведінки клієнтів; - застосування засобів комунікації соціальних мереж та онлайн-ових майданчиків; - інтеграція виробників товарів та послуг і споживачів; - поширення інформаційних та телекомунікаційних технологій; - мобільні додатки для комунікації між виробниками і споживачами.
Рушійні сили розвитку	- пірингові соціальні мережі (засновані на рівності всіх учасників) та технології, які радикально змінюють поведінку більшості населення; - соціальні мережі, що дали змогу не лише розвивати свій бренд, а й стали міцною платформою для просування шерингових компаній в усьому світі; - криза, яка змусила переглянути бездумне споживання; - економічні проблеми надвиробництва

Джерело: складено авторами на основі (Швед, Яблочников, 2018; Глущенко, 2016).

Чжан Сяожуна і Юй Даня, "економічна база майбутнього суспільства буде, ймовірно, заснована на шерингу й стане економікою шерингізму" (Vallertayn, 2003).

Шерингова економіка є гуманним проявом економіки, оскільки в її основі лежать безкорисливі цілі. З появою цього тренду суспільство споживання має помітно трансформуватися: люди отримали можливість ділитися один з одним. І якщо починали вони з простого обміну інформацією, то і перехід на обмін ресурсами не змусить себе довго чекати. Каталізатором нових відносин став Інтернет. Чим легший пошук інформації про наявні ресурси, чим зручніше і безпечніше ними ділитися, тим більше в системі учасників. В подібній схемі зникають посередники, які раніше відігравали роль каналу інформації та заробляли на тому, що на відміну від кінцевого споживання надавали доступ до ресурсів.

Отже, ця економіка є відображенням сучасних цінностей і ментальних моделей споживачів, що живуть у час цифрової трансформації та в умовах сьогодишньої віртуальної реальності (Andrusiak, 2020). В рамках проблеми статті використовуємо саме категорію "віртуальна реальність", авторський зміст якої крізь призму роботи шерингової економіки ми представили в табл. 2.

Окрім того, ми зробили спробу окреслити зміст та вказати відмінність і між зазначеними в табл. 2 новими категоріями. Цими економічними

Таблиця 2

**Різновиди реальності крізь призму функціонування
шерингової економіки в умовах трансформації**

Види реальності	Зміст та характерні особливості реальності
Віртуальна реальність	ґрунтується на обміні віртуальними благами в рамках online-середовища. Віртуальна реальність створює можливість взаємодіяти зі штучним світом за допомогою віртуальних шерингових майданчиків з наявними на них інформаційними фондами online-ринку інновацій та "цифри", можливість роботи з хмарними технологіями
Збагачена реальність	безконтактна інформаційна взаємодія, що реалізує з допомогою комплексних мультимедіа-операційних шерингових середовищ ілюзію безпосереднього входження і присутності в реальному часі в стереоскопічно представленому "цифровому світі"
Поліпшена реальність	створений комп'ютерними технологіями цифровий простір спільного користування, що має всі ознаки реальності як такої, яка піддається проникненню і трансформації через глобальність, глокальність та інтерактивність
Розширена реальність	реальність, яка моделюється в реальному масштабі часу завдяки впливу комп'ютера на свідомість (наприклад, на людину одягають "електронні рукавички"). Вона може взаємодіяти з іншою реальністю, впливати на оточуючий світ і мати зворотний зв'язок
Доповнена реальність	поєднання віртуального і реального просторів завдяки апаратному й програмному забезпеченню, телекомунікацій, комп'ютерних мереж, формуючи цифрову та шерингову економіку
Змішана реальність	формується за рахунок поєднання декількох та/або всіх вище перерахованих видів реальності; означає різні інноваційно-цифрові проекти, дія яких спрямовується на доповнення реальності будь-якими віртуальними елементами на цифрових платформах спільного користування

Джерело: розробка авторів.

категоріями сьогодні досить часто оперують і економісти-теоретики, і економісти-практики, не до кінця розуміючи змістові та глибинні відмінності між ними.

Реципрокний обмін крізь призму шерингової економіки в умовах віртуальної реальності і цифрової трансформації пропонуємо розуміти як обмін наявними дарами, об'єктами, засобами праці із застосуванням віртуальної мобільності; це деякий рух предмета обміну на основі взаємності між суб'єктами, які реалізують цифрову трансформацію, та таких, що належать до симетричних груп в економіці спільного використання. Не можна залишити поза увагою думку українського науковця О. Глущенко, яка розглядає "реципрокний обмін в економіці як передачу продуктів праці без визначених норм щодо їх кількості та зворотної трансакції, що відіграє символічну знакову роль і втілює у собі акт встановлення та зміцнення соціальних відносин між членами суспільства" (Глущенко, 2016).

Повертаючись до аналізу детермінант споживчої поведінки, варто зазначити, що в економічній науці виділяють дві основні моделі поведінки споживача: консервативна модель "homo economicus", яка визначає, що

при прийнятті рішень індивіди виявляють виняткову раціональність, мінімізують витрати, пов'язані зі споживанням; і модель, що базується на ідеях Т. Веблена, адаптовану до соціально-економічної реальності XX–XXI століть (Yegina et al., 2019).

У другій половині XX століття сформувався особливий напрям економічних досліджень, що включає в аналіз поведінки споживачів когнітивні й емоційні чинники і який отримав назву *поведінкова економіка*. Широкий громадський резонанс отримали роботи піонерів поведінкової економіки Д. Канемана і А. Тверські (Tversky, Kahneman, 1979), які продемонстрували застосовність поведінкового підходу до економічних моделей. Цей поведінковий підхід став основою конкретних заходів з моделювання економічної поведінки споживачів, причому моделювання здійснюється не тільки бізнесом для досягнення своїх цілей, але і державою для досягнення суспільних цілей (Yegina et al., 2019).

Постійна участь в обміні інформацією один з одним і з компаніями-виробниками формує нове ставлення до споживання та виробництва. Становлення нової моделі поведінки споживачів – одна з базових тенденцій до впровадження BigData і технологій обробки даних у всіх сферах життєдіяльності. Держателі BigData отримують дані з електронної пошти, месенджерів, соціальних мереж, платіжних систем, онлайн магазинів, онлайн-ігор і на їх основі складають портрет споживання, рекомендуючи споживачу певні товари, фільми, книги, групи однодумців, "друзів", по суті реалізуючи на практиці "підштовхування", описане Р. Талером в роботі "Nudge. Архітектура вибору. Як поліпшити наші рішення про здоров'я, добробут і щастя" (Thaler, Sunstein, 2008), в потрібне русло. Цифрова економіка ще більше змінює модель поведінки споживача, взаємовідносини у цифровому просторі, акцентує увагу на довірі та безпеці між економічними агентами, формує інноваційні бізнес-моделі та постійно удосконалюється, впроваджуючи хмарні технології, штучний інтелект, нові цифрові платформи, накопичує величезні обсяги даних (BigData), які при мережевій взаємодії стають важливим інноваційним ядром цифрової економіки.

В останнє десятиліття у всьому світі з'явилося безліч цифрових платформ, які використовують бізнес-моделі і докорінно перетворюють існуючі галузі. Цифрові платформи виступають механізмами, що дозволяють різним сторонам взаємодіяти в режимі онлайн². Зростання цифрових платформ прямо пов'язане з їх здатністю збирати і аналізувати цифрові дані, але їхні інтереси і поведінка в значній мірі залежать від того, як вони монетизують такі дані для отримання доходу. Дані можна монетизувати, продаючи в Інтернеті цільову рекламу, використовуючи платформи електрон-

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

ної торгівлі, перетворюючи традиційні товари в рентні послуги чи надаючи на умовах оренди хмарні послуги.

Так, саме їх здатність збирати, обробляти, передавати, зберігати, аналізувати та інтерпретувати дані дозволяє цифровим платформам створювати вартість. Цифрові платформи спрощують здійснення операцій, формування мереж зв'язків та обмін інформацією. З точки зору підприємств трансформація всіх сфер і ринків під впливом цифровізації може сприяти підвищенню якості товарів і послуг за зниження витрат. Крім того, цифровізація трансформує ланцюг створення вартості різним чином, відкриваючи нові можливості для збільшення доданої вартості і більш широким структурних змін³.

На кілька глобальних фірм Сполучених Штатів Америки, а також Китаю припадає 90% капіталізації 70 найбільших світових цифрових платформ. Частка Європи становить 4%, а частка Африки і Латинської Америки разом узятих – 1%. На сім суперплатформ, а саме: "Microsoft", "Apple", Amazon.com, "Alphabet" (материнська компанія "Google"), "Facebook", "Tencent Holdings" і "Alibaba", – припадає дві третини загальної ринкової вартості. Деякі глобальні цифрові платформи завоювали потужні ринкові позиції в певних сегментах. Наприклад, близько 90% ринку пошукових систем для Інтернету належить компанії *Google*. На компанію *Facebook* припадає 2/3 світового ринку соціальних мереж, і її платформа є найпопулярнішою серед соціальних мереж у понад 90% країн. Майже 40% світових роздрібних онлайн-продажів здійснюється через мережу компанії *Amazon*, а на його дочірню компанію *Amazon Web Service* припадає приблизно така само частка світового ринку послуг у сфері хмарної інфраструктури⁴.

Цифрова економіка принципово змінює способи побудови і управління шеринговими організаціями. Проблеми, які виникають при цьому, можна пов'язати насамперед зі змінами об'єкта і суб'єкта управління та розвитком організацій в цифровому середовищі, а також викликами подвійної складності, розділеності – необхідністю інтеграції об'єктів і суб'єктів управління всіх рівнів. Перераховані виклики в практиці шерингової економіки на перший план висувають взаємодію між суб'єктами і об'єктами управління (*Laloux, Wilber, 2014*).

Класик побудови бізнес-моделей О. Остервальдер дотримується думки, що бізнес-модель – це уявлення про те, як організація робить (або має намір зробити) гроші і як бізнес-модель описує цінність, яку організація пропонує клієнтам; відображає здатність організації; перелік партнерів, необхідних для створення, просування і постачання цієї цінності клієнтам; відносини капіталу, необхідні для отримання стійких потоків доходу (*Os-*

³ Там само. С. 36.

⁴ Доклад о цифровой экономике 2019. Организация Объединенных Наций. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf

terwalder, Pigneur, 2013). Виходячи з наведених визначень і аналізуючи інші підходи, можна зробити висновок, що спільними елементами бізнес-моделі суб'єкта господарювання, що визначають її зміст, є цінність для зовнішніх клієнтів, система створення цієї цінності, активи для створення цінності та формула прибутку (Debelak, 2006; Hamel, 2000).

Чимало економістів наголошують на тому, що завдяки усвідомленій відмові від приватної власності на користь власності колективної (модель шерингу) відсувається на задній план панівна до цього індустріальна модель, за якої компанії володіють, а люди споживають, – подібно до того, як Інтернет потіснив традиційне ТБ, а блогосфера – засоби масової інформації. Вона дає можливість по-новому поглянути на попередні явища і оцінити їх, повернутися до початку, переглянути їхній інклюзивний потенціал. Відбувається своєрідна сек'юритизація непридатних продуктів, активів, які виявляються суспільно корисними. Можна сказати, що модель шерингу – це модель інклюзивного розвитку сучасної економіки, яка залучає в оборот багато незатребуваних "сплячих факторів виробництва і споживання" (Авдокушин, Белова, 2018). Отже, проведений аналіз підкріплює наукову позицію відомих учених й практиків, що шеринг – це мережа економічних суб'єктів, здатних на основі цифрових технологій виявити, акумулювати і використовувати незадіяні на сьогодні активи з метою отримання додаткової корисності і створюють нову цінність у вигляді репутації.

Існуючі моделі шерингу для використання інноваційних ресурсів з їх перевагами відображено в табл. 3.

Таблиця 3

Переваги моделей шерингу для використання інноваційних ресурсів у розрізі стадій реалізації проєкту

Моделі шерингу	Загальна характеристика та зміст	Переваги в результаті використання	Стадії використання
Шеринг ідей, розробок, технологічних рішень	Ця модель є найбільш подібною до концепції відкритих інновацій Г. Чесбро. В рамках шерингу ідей передбачається створення платформ, що агрегують ідеї та розробки в будь-якій предметній сфері, і таких, що забезпечують доступ до спільної роботи над НДДКР та комерціалізації їх результатів	Скорочення витрат, тривалість інноваційного циклу, нові сфери застосування інноваційних рішень, трансфер технологій	Всі стадії циклу
Шеринг обладнання	Ідея полягає в тому, щоб функціонуючі Центри технологічних компетен-	Здача в оренду Центрів з високотехнологічним обладнанням або оренда	Дослідно-конструкторські роботи,

Моделі шерингу	Загальна характеристика та зміст	Переваги в результаті використання	Стадії використання
	цій надавали своє обладнання в користування малим та середнім промисловим компаніям, які потребують високоефективного виробничого та лабораторного обладнання, але не в змозі самостійно профінансувати його придбання	машино-годин для великих підприємств вже підтвердили свою ефективність, що засвідчено розрахунком коефіцієнта використання обладнання і забезпеченням швидкої окупності інвестицій. Скорочення витрат, що пов'язані з придбанням високотехнологічного обладнання на 30–60%, часових простоїв обладнання на 30–40%, витрат у зв'язку з залученням субконтракторів на 30%	лабораторні випробування, тестування, пробні зразки, виробництво
Шеринг персоналу, кваліфікованих кадрів	Цей вид спільного використання ресурсів дає змогу ділитись висококваліфікованими кадрами або використовувати команди професіоналів як вид інвестиційного ресурсу при реалізації інноваційно-інвестиційних проєктів	Залучення висококваліфікованих спеціалістів, підсилення власних кадрів, підвищення якості і швидкості процесу розробки, скорочення тривалості виробничого циклу на 10–20%	Наукові дослідження та розробки, дослідно-конструкторські роботи, виробництво
Шеринг інжинірингових проєктних команд	Стартував як різновид шерингу персоналу, цей напрям отримав самостійний розвиток у рамках моделей аутстафінгу – залучення потрібних кадрів для вирішення проєктних завдань на тимчасовій основі з використанням послуг компанії-посередника	Скорочення тривалості інноваційного циклу, невиробничих втрат, підвищення якості робіт за рахунок злагодженої роботи команди на 10–20%	Наукові дослідження та розробки, дослідно-конструкторські роботи, лабораторні дослідження і тести, дослідне виробництво

Джерело: складено авторами на основі (Ткаченко, Рогова, 2020; Bouncken et al., 2020; Curtis, Mont, 2020).

Реалізація бізнес-проєкту через використання різних моделей шерингу на всіх етапах дозволяє зробити інноваційний процес постійно функціонуючим у час "народження" інноваційного товару/послуги і таким, що супроводжується новими рішеннями в інноваційній діяльності з моменту появи інноваційної ідеї до практичного її втілення на засадах спільного використання. Ефективне спільне використання повинно підсилюватися здоровим

творчим кліматом, позитивною і сприятливою творчою атмосферою в трудовому проєктному колективі (Краус, 2016). Це підвищить якість інноваційно-цифрової діяльності, що позитивно вплине на конкурентоспроможність інноваційної продукції/послуги в умовах віртуальної реальності.

Критики моделі економіки спільного споживання вказують на те, що високий рівень пропозиції і зростаючий рівень конкуренції в шеринговій економіці на відміну від "класичних" ринкових моделей не призводить до зростання якості, лише сприяє зниженню ціни. Бізнес, заснований на моделі P2P, критикують за ігнорування суперечностей між самодостатніми корпораціями і глобальними корпораціями, за порушення трудових прав, ухилення від податків. Поширення моделей спільного споживання, вказують критики, супроводжується шахрайством, включаючи кібершахрайство, тому бізнесу, що функціонує і за класичними моделями, і за моделлю шерингової економіки, доводиться приділяти велику увагу засобам безпеки.

Спільною проблемою, при аналізі якої дослідники шерингової економіки (і прихильники, і її опоненти) виступають в основному з єдиних позицій, є питання довіри – потреби формування і забезпечення в ній атмосфери "режиму" економіки довіри. Довіра в сучасному світовому співтоваристві є досить актуальною проблемою не тільки в економіці спільного споживання, але в цій моделі її значення вкрай важливе, в тому числі, для існування цієї системи (Авдокушин, Кузнецова, 2019). Довіра виникає і розвивається разом з людськими відносинами. Якщо довіра зникає, то руйнується інституційна основа економічної системи.

Важливо, що довіра всередині багатьох шерингових платформ останнім часом досягає рівня, достатнього для будівництва серйозних бізнес-відносин. Нещодавно компанія BlaBlaCar провела в Європі дослідження, в якому вимірювався рівень довіри людей до представників різних соціальних категорій. З'ясувалося, що стосовно колег і сусідів за п'ятибальною шкалою він становить 3,6–3,8. Членам сім'ї і друзям люди довіряють більше – на рівні 4,7 бала. Найбільше дослідників цікавило питання довіри до незнайомців в Інтернеті. З'ясувалося, що якщо про людину опублікована більш-менш повна інформація, історія дотримання ним своїх зобов'язань, особистий рейтинг і дані про його активність в Інтернеті (це якраз модель, яку практикує BlaBlaCar), то рівень довіри до нього підвищується в середньому до 4,17 бала. Тобто зовсім трохи поступається довірчим відносинам в сім'ї.

Отже, рішення цієї проблеми бачиться через візуалізацію репутаційного капіталу учасників шерингової економіки. Кожна шерингова платформа знаходить свій спосіб підстрахувати себе і своїх клієнтів від нештатних ситуацій. І тут важливим механізмом може стояти використання технології блокчейна, вибудовування системи розподіленої довіри. Одним з інстру-

ментів цієї системи є виставлення рейтингів за визначеним переліком критеріїв. У зв'язку з цим принципи рейтингоміки (Авдокушин, 2014), що є органічним блоком сучасної екосистеми, повинні бути в повній мірі задіяні і в моделі спільного споживання. Рейтингова система, яка формує репутацію суб'єктів шерингової економіки (від шерингових P2P до комун за бартерним і безоплатним обміном тваринами), має стати визначальною в будівництві і розвитку відносин економіки спільного споживання. Тим більше що сучасна цифрова економіка дозволяє за допомогою пошукових систем блокчейна генерувати і відстежувати репутаційні рейтинги не тільки нової моделі споживання, але і економічної системи загалом.

Починаючи з появи децентралізованих і розподілених цифрових систем без централізованого управління, стало зрозуміло, що надійність визначення репутації учасників шерингової економіки є серйозною проблемою. В існуючих розподілених цифрових системах, заснованих на технології блокчейн, застосовуються різні алгоритми досягнення консенсусу, що використовують різні форми зваженого голосування, кожна з яких пропонує певну евристику, яка якість вузла в цифровій мережі може використовуватися, щоб спрогнозувати його очікуваний рівень довіри (Cachin, Vukobratovic, 2017).

Вміння побудувати надійну систему обчислення репутації учасників є критично важливим для вирішення проблем шерингової економіки, і будь-яка парадигма шерингової економіки повинна тим чи іншим чином вирішувати "проблему довіри" у взаємовідносинах між суб'єктами цифрової екосистеми.

Ми вважаємо, що рішення могло би бути затребуване на основі базових принципів визначення репутації як "рівня довіри" між учасниками економіки спільного споживання та використане не тільки для забезпечення консенсусу в системах цифрових технологічних платформ, але і в існуючих людських онлайн-спільнотах, а також у майбутніх бізнес-моделях шерингової економіки. Світ, як вважає Р. Ботсман (2017), стоїть на карті кардинальної перебудови соціоекономічних систем, де репутаційні рейтинги займають важливе місце.

Можемо зробити висновок, що шерингова економіка є економікою з новими формами саморегулювання в режимі онлайн, спеціалізованими і авторитетними рейтинговими агентствами, заснованими на принципах довіри, економії часу та ресурсів, вигоди, раціонального споживання, репутації тощо.

Та поряд із позитивними аспектами, якими наділена ця економіка, вона має і негативні тенденції, на які наголошують її противники. Адепти цифрового шерингу через додатки у смартфоні прагнуть довести, що во-

лодіння речами – це незручно⁵. Критики цього підходу наполягають, що людина купує будинок, транспорт, одяг, побутову техніку та інші речі у разі, коли вона економічно благополучна та спроможна (Blanchard, 2015). Якщо людина економічно неблагополучна (жебрак), то вона не купує речі, а намагається ділити матеріальні блага серед таких само жебраків, інакше не вистачить грошей на базові потреби (Розов, 2019). "Економіка шерингу – це злидні. Комуністичний колгосп, обтяжений буржуазною орендою". Тобто соціально-економічний перехід від моделі приватного володіння і користування до моделі колективного володіння і користування – це перехід від благополуччя до злиднів. Іншими словами – це перехід від заможної хутірської системи до убогої колгоспної, коли, наприклад, фермери не в змозі дозволити собі розкіш тримати власне господарство і змушені об'єднувати володіння, щоб знизити витрати ціною зниження комфорту (використання машин по черзі – *carshare*; сумісне проживання у гуртожитку-комуналці – *flatshare*, аж до *bootshare*, *bedshare* тощо)⁶.

Отже, суть шерингової економіки лежить у площині колективної або кооперативної власності. Її головна ознака: кожен учасник має частку (*share*) у праві власності на річ. Проте, якщо уважно подивитися в "інноваційні шерингові сервіси", то виявиться, що це не *carshare* і *flatshare*, а оренда (без будь-якої частки у власності). Річ зазвичай у власності в орендодавця, який бере гроші за користування. Наприклад, у "короткостроковій оренді автомобіля" (каршеринг) *DriveNow*⁷ автомобілі у власності в однойменній компанії, абсолютно так само, як у компанії *The Hertz Corporation*⁸ (яка здає автомобілі в оренду вже понад 100 років).

На практиці в Україні поширені лише деякі іноземні шерингові моделі, які адаптуються до реалій національної економіки та ментальності. Також дослідники вважають, що спонтанність та неконтрольованість розвитку відносин шерингової економіки, попри їх великий потенціал, несе загрозу для традиційних бізнес-моделей і потребує розробки чітких правил гри (Швед, Яблочников, 2018). Водночас в Україні розвинене електронне урядування на базі цифрових платформ, спрямованих на надання державних і муніципальних послуг онлайн.

Досвід діяльності вітчизняних шерингових платформ (райдшеринг "Подорожники", "Підвезу", *easy2go*) доводить значні перспективи та можливості розробників реагувати на потреби локального ринку й бізнес-

⁵ 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>

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

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

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

інновації та нижчу конкурентоспроможність у порівнянні з глобальними зарубіжними платформами. З відомих на світовому ринку в Україні присутні такі шерингові компанії Uber (2016), BlaBlaCar (2014), OLX (2014), Airbnb та інші. Окрім них, також популярні платформи електронної торгівлі (*Ще-глюк*, 2019).

У результаті проведених досліджень в табл. 4 та 5 ми зробили спробу представити стримуючі і стимулюючі фактори розвитку національної економіки шерингового типу та визначити потенційні можливості й загрози її становлення в Україні. Можна констатувати й той факт, останні 2–3 роки розвиток національних платформ йде шляхом створення цифрових екосистем на засадах шерингу, які передбачають розробку спеціального середовища для реалізації цифрових ідей.

Таблиця 4

**Стримуючі та стимулюючі фактори внутрішнього розвитку
національної економіки шерингового типу**

Стимулюючі фактори	✓ формування нової моделі споживання, нового способу життя та суспільних цінностей (основний акцент – довіра); ✓ поява нових сфер діяльності, створення нових споживчих цінностей; ✓ нові джерела доходів та прибутку; ✓ знищення кордонів у розподілі ресурсів; ✓ посилена активізація розподілу ресурсів та їх раціональне використання; ✓ новий інструмент для вирішення суспільних та глобальних проблем (безробіття, екологічні проблеми, надмірне споживання, бідність); ✓ гнучкі робочі домовленості; ✓ низькі ціни порівняно з традиційними сервісами; ✓ розвиток інформаційних технологій та комунікаційних технологій
Стримуючі фактори	✓ виклики для існуючої економіки та традиційних бізнесових компаній; ✓ недосконалість державного регулювання шерингової індустрії; ✓ негнучкість податкової системи для шерингових компаній; ✓ непривабливість української шеринг-ндустрії для інвесторів. Українська цифрова екосистема перебуває на стадії формування; ✓ відсутність статистичного обліку шерингової економіки, що не дає змоги врахувати вплив шерингу на реальну економіку України; ✓ нерозвинута правова база

Джерело: складено авторами на основі джерел (*Айзексон*, 2017; *Голобородько та ін.*, 2018).

Таблиця 5

Потенційні можливості та загрози на етапі становлення національної економіки шерингового типу в умовах віртуальної реальності

Потенційні загрози	✓ проблеми в захисті шерингових інтернет-платформ, безпеці шерингових взаємодій, страхуванні; ✓ фінансові бар'єри для роботи українських компаній на глобальних ринках, а саме в частині безперешкодного отримання коштів; ✓ рахункам, що відкриті в Україні; ✓ наявність законодавчих перепон для поширення ідеології шерингової економіки на внутрішніх ринках (до прикладу у сфері розподілу частотного ресурсу – відсутність технологічної нейтральності); ✓ проблеми в регулюванні ринку шерингу, що породжують невизначеність
Потенційні можливості	✓ розвиток соціально-економічних інновацій, сервісних моделей, вплив на ефективність і конкурентоздатність українського бізнесу без значних капіталовкладень; ✓ легке започаткування бізнесів, що не потребує великих початкових витрат, швидкий запуск комерційних інтернет-проектів; ✓ можливості для бізнес-новачків; ✓ створення нових market place, розширення ринків споживання українських продуктів, сервісів та трудових ресурсів, комерційна глобалізація; "виращування" нових більш кваліфікованих поколінь ІТ-фахівців зі спеціалізацією в шеринговій економіці
Тренди і перспективи розвитку	✓ глобальне зростання світового ринку; ✓ децентралізація та демократизація шляхів отримання прибутків; ✓ впровадження технології блокчейну для забезпечення прозорості та безпеки діяльності учасників платформи

Джерело: складено авторами на основі джерел (Щеглюк, 2019; Голобородько та ін., 2018).

Отже, в результаті вивчення потенційних можливостей та перспектив розвитку національної економіки шерингової типу можна стверджувати, що бізнес-модель шерингу в Україні набуватиме подальшого розвитку.

Визначивши концепцію розвитку шерингової економіки на рис. 1, вважаємо за потрібне зазначити, що вона орієнтується на трансформацію соціально-економічних відносин, переслідуючи мету інклюзивної, оптимальної взаємодії між суб'єктами і об'єктами управління розвитком спільного користування, і їх інтеграцію в цифрову екосистему щодо залучення до участі в ланцюг створення цінності. У запропонованій моделі, шерингова економіка має забезпечити комфорт, зручність і багатство вибору для споживання та нову якість життя.

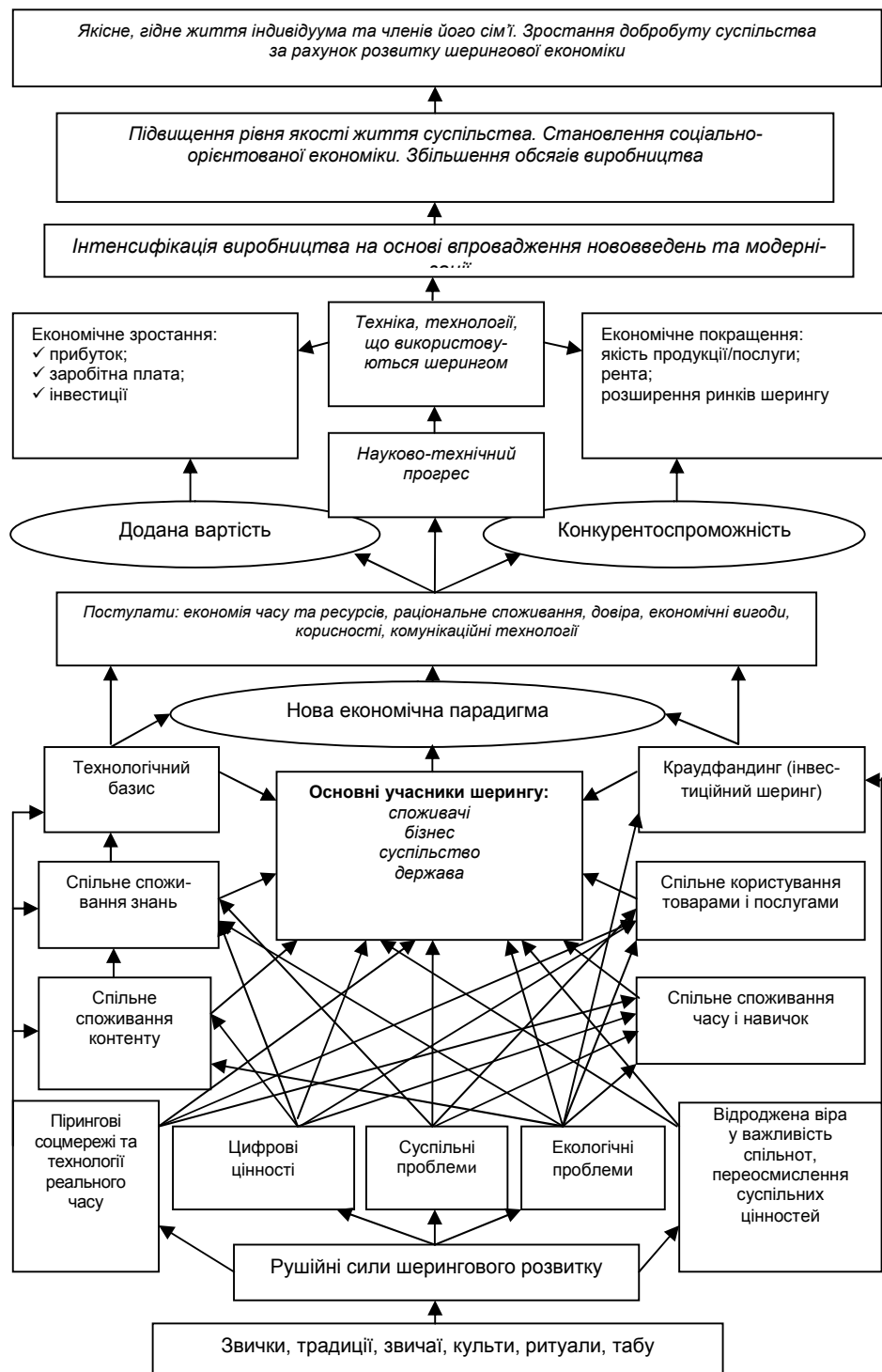


Рисунок 1. Концепція шерингової економіки в умовах віртуальної реальності

Джерело: розробка авторів.

Слід зауважити, що, аналізуючи шерингову економіку в Україні, необхідно враховувати інтереси всіх основних учасників шерингу, оскільки без визначення місця шерингової економіки в цифровій екосистемі щодо рушійних сил розвитку шерингу стає неможливим проведення безлічі ефективних бізнес-процесів формування нової системи цінностей для споживача та створення якісних шерингових платформ, що спостерігалось в Україні протягом останніх років.

Висновки

На сьогоднішній день шерингова економіка – це не просто одна з моделей поведінки в умовах кризи суспільного споживання, а необхідна основа "наступу епохи спільного споживання". Більш того, спільне споживання стає платформою бізнес-ідей і концепцією нової економіки, яка розкриває систему створення цінності для споживача. Необхідною умовою появи і популярності шерингу є не тільки розвиток цифрової економіки з переважанням виходу в Інтернет з мобільних пристроїв, але і задоволення таких важливих для сучасного користувача потреб, як швидкість отримання блага, довіру до цього блага, зниження вартості споживчих благ.

Та шерингова економіка характеризується низкою ризиків, що існують в ході використання шерингових моделей для вдалого становлення та ефективного функціонування цифрового підприємництва. Так, шеринг персоналу для цифрового підприємництва перебуває в зоні ризику, що пов'язаний з протиправними діями третіх осіб; ризику недосягнення цілей цифрового проєкту у зв'язку з недоотриманням загальних характеристик продукту, що відчутно впливає на модель шерингу використання обладнання для реалізації цифрового бізнесу. Шеринг ідей та технологічних рішень перебуває у тісній взаємозалежності з фактом відтоку таємниць виробництва та ноу-хау, інформації та неповною характеристикою товару. Модель шерингу інженерних проєктних команд перебуває під впливом ризику бути недофінансованими в потрібному для реалізації проєкту обсязі.

Поряд із загрозами та ризиками, що існують в результаті застосування моделей економіки спільного користування, цифрові рішення шерингової економіки змінюють способи побудови і управління шеринговими компаніями, де відбувається усвідомлення відмови від приватної власності на користь власності колективної. Це дозволяє посилити владу шерингових компаній і отримати нові конкурентні переваги. Вітчизняні шерингові компанії можуть отримати суттєві вигоди, якщо вони здатні використовувати інтернет-послуги, що надаються цифровими платформами.

Саме доступність розмаїття інтернет-сервісів і цифрових платформ є підґрунтям мультиплікативного поширення економіки шерингу, в результаті якої істотно змінюється як цінність для клієнтів, так і сама система її створення, оскільки цифрові платформи дозволяють сформулювати принци-

пово нові ланцюжки доданої цінності для споживача. Успішний розвиток шерингової економіки в Україні значною мірою залежатиме від довіри (довіри до платформи довіри; до відкритої інформації; віддаленої міжособистісної довіри), розвитку інформаційного та комунікаційного простору, нових цифрових платформ. Саме довіра стає нематеріальним капіталом, що дозволяє знижувати транзакційні витрати і залучати користувачів до сфери шерингу.

Вже на сучасному етапі формування шерингової економіки в Україні варто потурбуватися про створення спеціалізованих рейтингових агентів, вироблення нових форм саморегулювання, реформування існуючих нормативів і правил економіки спільного споживання, залучивши відповідно оновлені державні інституції. Все ж, незважаючи на ймовірні ризики та перешкоди щодо застосування моделей шерингу, "спільне споживання" можна розглядати як досить перспективний напрям створення вартості та реалізації цифрової трансформації в умовах віртуальної реальності.

Література

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. Глущенко 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.
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 нищета. 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.

Надійшла до редакції 06.05.2021 р.

Прорецензовано 09.06.2021 р.

Підписано до друку 22.06.2021 р.

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. *Ekonomichesky 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. *Ekon. 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 [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. Shcheliuk, 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