

О.Е. ШАПРАН

МАРКЕТИНГОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО СТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД НА ОСНОВІ ШЕРІНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті запропоновано маркетингове обґрунтування заходів щодо стабілізації економічної системи України у післявоєнний період на основі шерінгової економіки шляхом впровадження принципів відповідального споживання товарів і послуг у зв'язку зі значними руйнуваннями промислової та соціальної інфраструктури та дефіцитом матеріальних і фінансових ресурсів. Встановлено, що серед інструментів подолання кризових явищ є впровадження принципів відповідального споживання, які охоплюють державний, комерційний та індивідуальний рівні, оскільки нераціональні методи виробництва та споживання знижують темпи економічного зростання. Доведено, що конкуренцію будуть вигравати ті підприємства та компанії, які найшвидше адаптуються до післявоєнної реальності та запропонують такі маркетингові бізнес-моделі, в яких економія матеріальних і фінансових ресурсів, переробка та повторне використання товарів стануть у пріоритеті. Підтверджено доцільність фокусування маркетингових досліджень на трендах відповідального споживання, які наразі динамічно розвивається у рамках шерінгової економіки. Проаналізовано сучасні тенденції та особливості розвитку шерінгової економіки у світі як ефективної соціально-економічної бізнес-моделі. Розглянуто особливості економіки спільного споживання та проаналізовано специфіку функціонування найбільш поширених шерінгових сервісів і платформ. Визначено фактори, які впливають на популяризацію економіки спільного споживання у суспільстві. Доведено доцільність подальшого впровадження та розвитку шерінгових послуг в Україні, що підтверджується динамікою світового ринку спільного споживання, який за прогнозами до 2025 року може зрости більше ніж у 20 разів. Уточнено ключові положення бізнес-моделі економіки спільного споживання, які слід враховувати при розробці маркетингових заходів щодо активізації її впровадження та подальшого розвитку в Україні.

Ключові слова: відповідальне споживання; шерінгова економіка; економіка спільного споживання; бізнес-модель; шерінгові сервіси; шерінгові платформи

Е.Е. ШАПРАН

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО СТАБИЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ В ПОСЛЕВОЕННЫЙ ПЕРИОД НА ОСНОВЕ ШЕРИНГОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье предложено маркетинговое обоснование мер по стабилизации экономической системы Украины в послевоенный период на основе шеринговой экономики путем внедрения принципов ответственного потребления товаров и услуг в связи со значительными разрушениями промышленной и социальной инфраструктуры и дефицитом материальных и финансовых ресурсов. Установлено, что среди инструментов преодоления кризисных явлений есть внедрение принципов ответственного потребления, охватывающих государственный, коммерческий и индивидуальный уровни, поскольку нерациональные методы производства и потребления снижают темпы экономического роста. Доказано, что конкуренцию будут выигрывать те предприятия и компании, которые быстро адаптируются к послевоенной реальности и предлагают такие маркетинговые бизнес-модели, в которых экономия материальных и финансовых ресурсов, переработка и повторное использование товаров станут в приоритете. Подтверждена целесообразность фокусирования маркетинговых исследований на трендах ответственного потребления, которые динамично развивается в рамках шеринговой экономики. Проанализированы современные тенденции и особенности развития шеринговой экономики как эффективной социально-экономической бизнес-модели. Рассмотрены особенности экономики совместного потребления и проанализирована специфика функционирования наиболее распространенных шеринговых сервисов и платформ. Определены факторы, влияющие на популяризацию экономики совместного потребления в обществе. Доказана целесообразность дальнейшего внедрения и развития шеринговых услуг в Украине, что подтверждается динамикой мирового рынка совместного потребления, который по прогнозам к 2025 году может возрасти более чем в 20 раз. Уточнены ключевые положения бизнес-модели экономики совместного потребления, которые следует учитывать при разработке маркетинговых мероприятий по активизации ее внедрения и дальнейшему развитию в Украине.

Ключевые слова: ответственное потребление; шеринговая экономика; экономика совместного потребления; бизнес-модель; шеринговые сервисы; шеринговые платформы

O.E. SHAPRAN

MARKETING JUSTIFICATION OF MEASURES FOR STABILIZATION OF ECONOMIC SYSTEMS OF UKRAINE IN THE POST-WAR PERIOD ON THE BASIS OF THE SHARING ECONOMY

The article proposes a marketing justification for measures to stabilize the economic system of Ukraine in the postwar period on the basis of the sharing economy by implementing the principles of responsible consumption of goods and services due to significant destruction of industrial and social infrastructure and shortage of material and financial resources. It is established that among the tools for overcoming the crisis is the introduction of the principles of responsible consumption, which cover the state, commercial and individual levels, as irrational methods of production and consumption reduce economic growth. It has been proven that the competition will be won by those enterprises and companies that are the fastest to adapt to the post-war reality and offer such marketing business models in which saving material and financial resources, processing and reuse of goods will be a priority. The expediency of focusing marketing research on the trends of responsible consumption, which is currently developing dynamically within the sharing economy, has been confirmed. The current trends and features of the development of the sharing economy in the world as an effective socio-economic business model are analyzed. The peculiarities of the economy of shared consumption are considered and the specifics of functioning of the most widespread sharing services and platforms are analyzed. The factors influencing the popularization of the economy of common consumption in society are determined. The expediency of further introduction and development of sharing services in Ukraine has been proved, which is confirmed by the dynamics of the global consumer market, which is projected to grow more than 20 times by 2025. The key provisions of the business model of the consumer economy, which should be taken into account when developing marketing measures to intensify its implementation and further development in Ukraine, have been clarified.

Keywords: responsible consumption; sharing economy; sharing economy; business model; sharing services; sharing platforms

Вступ. Післявоєнний етап розбудови держави обов'язково буде характеризуватися пошуком нових підходів щодо розробки стабілізаційних заходів прискорення соціально-економічного розвитку регіонів України у зв'язку зі значними руйнуваннями промислової та соціальної інфраструктури та дефіцитом матеріальних і фінансових ресурсів. Тому замість традиційних шляхів, які виправдовували себе в минулому, але малоефективних сьогодні, необхідно проаналізувати світовий досвід і глобальні тренди подолання соціально-економічних та екологічних криз, які відбувалися на протязі останніх десятиріч. У зв'язку зі складністю цієї проблеми пропонується зосередитися, перш за все, на маркетинговому підході до її вирішення, який дозволить більш раціонально використовувати матеріальні і фінансові ресурси, а також кошти міжнародної допомоги Україні.

Формування програми виходу із кризи має базуватися на нових морально-етичних цінностях та принципах відповідального споживання, що передбачають зведення до мінімуму накопичення природних і будь-яких інших ресурсів, зменшення кількості відходів за рахунок повторного використання товарів, використання відновлювальних ресурсів, упровадження продуктів із великим життєвим циклом та ін. Це знайшло відображення у такій порівняно новій бізнес-моделі як шерінгова економіка, або економіка спільного споживання (з англ. Sharing Economy або Share Economy), сутність якої зводиться до можливості спільного використання матеріальних і людських ресурсів.

Мета роботи. Метою статті є маркетингове обґрунтування заходів щодо стабілізації економічної системи України у післявоєнний період на основі шерінгової економіки шляхом впровадження принципів відповідального споживання товарів і послуг.

Аналіз останніх досліджень і літератури. Теоретичні та практичні аспекти становлення та розвитку шерінгової економіки досліджували як вітчизняні, так і закордонні науковці. Серед закордонних учених та фахівців можна відзначити роботи Р. Ботсман, Р. Роджерс, Р. Чейз, Б. Крамер, Б. Волш [11-13, 15]. Суттєвий вклад у розвиток досліджень з питань шерінгової економіки внесли вітчизняні вчені В. Андрусів, Я. Лаврик, А. Довжанин, В. Кукса, В. Опалько, В. Мотриченко, В. Парсенюк, О. Пашенко, Н. Рощина, Л. Борданова, Л. Ревенко, Н. Ревенко [1, 4-7, 14].

Вклад основного матеріалу дослідження. Аналіз світового досвіду щодо сталого розвитку економічних систем показує, що одним з основних інструментів подолання кризових явищ є впровадження принципів відповідального споживання, які охоплюють державний, комерційний та індивідуальний рівні, оскільки нераціональні методи виробництва та споживання знижують темпи економічного зростання. Тому поєднання

відповідального споживання з ощадливим виробництвом створює економіку замкнутого циклу, або циркулярну економіку (Closed-Loop Economy, Circular Economy). Вона передбачає заміну традиційної лінійної моделі виробництва та споживання на замкнуту. Лінійна економіка складається з таких етапів: створення продукту, його розподіл, використання та утилізація відходів (рис. 1). На відміну від цього, циркулярна економіка передбачає вторинне використання товарів, тим самим змінює їх життєвий цикл на більш ефективний (рис. 2). При цьому продукти легко перетворюються на послуги [1].

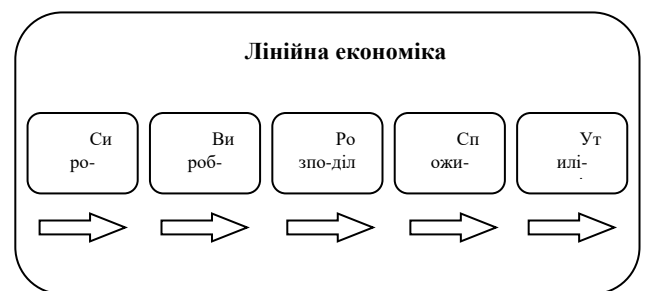


Рис. 1 – Схема функціонування лінійної економіки



Рис. 2 – Схема функціонування циркулярної економіки

Отже, відповідальне споживання має стати для України мейнстрімом, починаючи з поточного року. Крім того, конкуренцію будуть вигравати ті підприємства та компанії, які найшвидше адаптуються до післявоєнної реальності та запропонують такі маркетингові бізнес-моделі, в яких економія матеріальних і фінансових ресурсів, переробка та повторне використання товарів стануть у пріоритеті. Для підтвердження доцільності таких заходів можна привести висновки із докладів на самітах ООН, зроблених провідними вченими світу, в яких вказано, що наразі третина виробленого продовольства у світі вагою близько 1,3 млрд. т. і вартістю майже 1 трлн. дол. опиняються на звалищах. Це один із яскравих

прикладів нераціонального споживання, коли за даними річного звіту ООН про продовольчу безпеку та харчування у світі за 2020 рік кількість тих, хто голодує, зростає на 18% у порівнянні з 2019-им роком – на приблизно 118 мільйонів людей. Усього у 2020 році 2,37 мільярда людей у світі не мали постійного доступу протягом року до достатнього харчування. Це майже кожна третя людина на планеті [1, 9].

Крім того, для обґрунтування маркетингових заходів необхідно враховувати, що покоління людей, яке народилося після 2000 року, буде вже сьогодні та недалекому майбутньому формувати попит на товари та послуги. Згідно соціологічних досліджень, вони сильно відрізняються від попередніх поколінь. Ці люди більш волелюбні та підприємливі і виступають за рівність та справедливий розподіл благ у світі, декларують такі цінності, як екологічність та самореалізація, нехтують покупкою нерухомості на користь оренди та майже не займаються накопиченням матеріальних благ. Підтвердженням таких висновків дає статистика розподілу добробуту домогосподарств у найбільш розвинених країнах, наприклад у США [1]: 23,6% накопиченого багатства належить поколінню 1923-1943 років; 57,0% – поколінню 1943-1963 років; 16,4% – поколінню 1963-1980 років; тільки 3% – поколінню 1980-2000 років.

У подальшому така тенденція жити за принципом «користуватися, а не володіти» буде надавати перевагу брендам із високою соціальною відповідальністю, а звичка до «споживатства» відійде в минуле. Отже, доцільно сфокусувати маркетингові дослідження на трендах відповідального споживання, які наразі динамічно розвиваються у рамках економіки спільного споживання. Так, у 2011 році «спільне споживання» було названо однією з 10-ти ідей журналу «TIME», які змінять світ [15].

У доповіді, підготовленій 2013 року групою аналітиків «Pricewaterhouse Coopers» для Європейської комісії, автори визначають економіку спільного споживання як таку, що об'єднує компанії, які застосовують бізнес-моделі, що базуються на наданні доступу до чогось на ринках, які функціонують за принципом «peer-to-peer» (p2p). У цій моделі учасники-споживачі платять за право тимчасового використання (доступу) до ресурсу, який належить іншим учасникам (їх автори теж називають споживачами), тоді як компанія лише зводить їх разом, що часто здійснюється за допомогою онлайн-платформи. Транзакції в економіці спільного споживання подібні до оренди або прокату, в яких один учасник платформи може за плату надати в користування свою машину, квартиру або будь-який інший об'єкт (предмет одягу, інструмент тощо) [2].

Це є найбільш привабливою моделлю для післявоєнного часу коли підприємства або фізичні особи обмінюються товарами і послугами, пропонуючи їх в оренду. При цьому, проведені маркетингові дослідження показують ефективність наступних сервісів: спільного мешкання (колівінг); спільного використання транспортних засобів (каршерінг); оренди офісів (коворкінг); оренди побутових приладів, спортивного

інвентарю, одягу тощо (шерінг речей); надання різноманітних послуг (шерінг послуг) та ін.

Так, наприклад, каршерінг являє собою оренду автомобіля або іншого транспортного засобу у профільних компаній і приватних осіб. Збільшення цих послуг в Україні призведе до зниження завантаженості магістралей та розширення можливостей різних категорій населення. Тому така форма короткострокової оренди вже стає однією з найбільш швидкозростаючих ніш бізнесу. Найбільш відомою на цьому сегменті ринку є «Uber». За дослідженнями компаній «Morgan Stanley» та «ING», економія коштів для учасників каршерінгу може становити близько 70% від сукупної вартості транспорту. Наразі кількість автомобілів спільного користування в Європі сягатиме 7,5 млн., що дозволить знизити завантаження автомагістралей на 15% та збільшити об'єми таких послуг до 26% [1].

Іншими способом спільного використання автомобілів стали сервіси пошуку попутників (райдшерінг), які також набирають популярності. Так, наприклад, найбільша у світі платформа «BlaBlaCar» налічує більше 70 млн. користувачів, що позитивно впливає на організацію перевезень, завантаженість доріг і обсяги викидів шкідливих речовин в атмосферу.

Також динамічно розвивається колівінг, тобто шерінг житла. В зв'язку зі значним руйнуванням житлових будинків в Україні, цей вид сервісу буде активно розвиватися. Відомий приклад – платформа «Airbnb», що надає послуги оренди квартир і будинків у будь-якій точці світу. Ним вже користуються більше 155 млн. осіб щорічно, оскільки це дуже зручно і значно дешевше для споживачів таких послуг.

Крім цього стануть ще більш актуальними в Україні послуги коворкінгу, тобто оренди робочого простору на обмежений час. Наразі така послуга дуже ефективна для проектних робіт серед стартаперів, оскільки в оренду здаються повністю готові робочі місця, а не квадратні метри, що значно вигідніше. За оцінками учасників цієї ринкової ніші, кількість коворкінгів у світі зростає на 14% щорічно.

Значні можливості для стабілізації фінансового стану як домогосподарств, так і бізнесу в Україні має шерінг речей, тобто оренди інструменту для ремонту, спортивного інвентарю, будь-яких побутових пристроїв тощо. Розвиток цього сервісу тісно пов'язаний із соціальними мережами, де фізичні особи або підприємства, можуть взяти в оренду або продати як нові, так і вже вживані речі. Також у цьому сегменті працюють відомі платформи «Ebay», «Amazon», «OLX» та ін.

Аналогічно організовано шерінг послуг, таких як помічник по дому, якщо треба щось відремонтувати; працівник за запитом для тих, хто шукає підробіток; догляд за домашніми тваринами тощо. Значна кількість подібних послуг надається в сегменті поширення знань і навичок [1, 4, 6].

Наведений вище перелік шерінгових сервісів не є вичерпним, і наразі з'являються нові види послуг і платформ, що збільшують кількість учасників і секторів

цього ринку. Серед таких перспективних для України сервісів є спільне фінансування (Collaborative Finance), тобто краудфандінг (спільне фінансування проєктів, стартапів, підприємств), сервіси знижок, Інтернет-аукціони, побутові та бізнесові позики тощо.

Отже, сьогодні шерінгові платформи активно розвиваються та є прибутковими. Можна виділити декілька факторів, які впливають на популяризацію економіки спільного споживання у суспільстві, серед них [8]:

- поширення передових цифрових платформ і пристроїв;
- тенденції до більш ефективного використання матеріальних і фінансових ресурсів;
- нові цінності споживачів щодо зміни ставлення до власності та більш екологічно безпечних варіантів споживання;
- світова глобалізація та урбанізація.

До основних особливостей економіки спільного споживання можна віднести:

- здешевлення та більша доступність товарів і послуг;
- пропозиція ширшого та якіснішого асортименту товарів та послуг;
- вирішення проблеми захисту довкілля та збереження природних ресурсів;
- повна автоматизація та інформатизація бізнес-процесів;
- більша довіра користувачів за рахунок рейтингів і відгуків.

Значна перевага шерінгової економіки для малого бізнесу та нових підприємців полягає у легкості доступу до цього сектору ринку. В минулому треба було реєструвати ФОП чи компанію, створювати свій Інтернет-сайт, реєструвати доменне ім'я, оплачувати хостинг, робити рекламу свого сайту на порталах, шукати клієнтів тощо. Зараз достатньо пройти реєстрацію наприклад на «AirBnb» або на «Booking.com», щоб пропонувати свої послуги з оренди житла. А клієнти за бажанням арендодавців мають надати досить детальну інформацію про себе та сплатити аванс, що суттєво знижує ризики бізнесу. Доречі, на тому ж «Booking.com» нарівні зі звичайними сервісами з оренди житла можна знайти пропозиції від найкращих готелів України та світу.

Другою безперечною перевагою шерінгу є зростання конкуренції оскільки у клієнта є можливість кращого доступу та більшого вибору, що йде на користь клієнта та ринку в цілому. Шерінгова економіка підвищує конкуренцію та значно здешевлює доступ малого бізнесу до клієнтів. Таким чином, малим підприємцям треба витратити значно менше коштів на маркетинг та залучення клієнтів. Менші витрати дозволяють у свою чергу зменшити вартість послуг. Також це дозволяє їм сконцентрувати всі зусилля на якості пропонованих послуг. Окрім цього, слід зауважити, що навіть не маючи представництва в Україні, оператори шерінгової економіки дозволяють українцям реєструватися та пропонувати або купувати послуги по всій планеті де представлений той чи інший шерінговий сервіс [10].

Слід зазначити, що економіка спільного споживання динамічно розвивалася в нашій державі до початку воєнних дій. Про це свідчить рейтинг міст у світі за розвитком шерінгової економіки за 2021 рік «Sharing Economy Index», складений глобальною групою захисту прав споживачів «Consumer Choice Center» [3], де Київ розділив із Сан-Паулу, Варшавою, Вільнюсом і Рігою друге місце (табл. 1).

Таблиця 1 – Рейтинг міст за розвитком шерінгової економіки у світі за 2021 рік

Місце у рейтингу	Країна	Місто	Сумарні бали
1	Естонія	Таллінн	100
1	Грузія	Тбілісі	100
2	Бразилія	Сан-Паулу	95
2	Латвія	Рига	95
2	Литва	Вільнюс	95
2	Польща	Варшава	95
2	Україна	Київ	95
3	Мексика	Мехіко	90
3	Норвегія	Осло	90
3	Швеція	Стокгольм	90
4	Фінляндія	Гельсінкі	85
4	Німеччина	Мюнхен	85
4	Португалія	Лісабон	85
5	Німеччина	Гамбург	83
5	Швейцарія	Цюрих	83

Доцільність подальшого впровадження та розвитку шерінгових послуг в Україні підтверджується динамікою світового ринку спільного споживання, який за прогнозами до 2025 року може зрости більше ніж у 20 разів і становити 335 млрд. дол. У Європі очікується зростання таких послуг на 35% щорічно. Отже, шерінгова економіка повністю інтегрується в ринкову та завдяки розвитку Інтернет-технологій стає досить привабливою для України у післявоєнний період. Наприклад, за даними «Tech Republic», «Airbnb» координував безкоштовне проживання для людей, які постраждали від стихійних лих, а «Task Rabbit» експериментував з організацією волонтерів у кризових ситуаціях. Ці та інші зусилля по зміцненню довіри допомагають учасникам економіки спільного споживання бачити один одного як рівних, будуючи конструктивні стосунки там, де їх раніше не було [8, 10].

Ключовими положеннями бізнес-моделі економіки спільного споживання, які слід враховувати при розробці маркетингових заходів щодо активізації її впровадження та розвитку є наступні:

По-перше, шерінгова економіка передбачає короткострокові р2р транзакції для спільного використання незадіяних активів і послуг або для сприяння співпраці.

По-друге, шерінгова економіка часто включає певний тип онлайн-платформи, яка з'єднує покупців і продавців, що є особливо актуальним у період розширеної цифровізації України.

По-третє, шерінгова економіка швидко зростає та розвивається, але стикається зі значними проблемами

невизначеності нормативно-правової бази для врегулювання такої діяльності з питань податкового законодавства, працевлаштування та розподілу обов'язків між учасниками шерінгової угоди.

Висновки. Процеси прискореної стабілізації економічної системи України та досягнення нею сталого розвитку і більш високої якості життя людей у післявоєнний період можна досягти у тому числі завдяки впровадженню маркетингових заходів, які засновані на нових моделях і принципах відповідального споживання. У зв'язку з обмеженістю у матеріальних і фінансових ресурсах, значним руйнуванням промислової та соціальної інфраструктури більшості регіонів України варто розпочати із суттєвого розширення асортименту шерінгових послуг і сервісів.

Список літератури

- Андрусів В., Лаврик Я., Довжанин А. *Як відповідальне споживання змінює світ*. Київ: Брайт Букс, 2020. 256 с.
- Економічна модель спільного споживання (шерінгова економіка)*. URL: <https://business.dii.gov.ua/handbook/impact-investment/ekonomichna-model-spilnogo-spozivanna-seringova-ekonomika>.
- Кротовська О. *Київ посів друге місце у світі за розвитком шерінгової економіки: що це означає?* URL: <https://thepage.ua/ua/news/index-sheringovoyi-ekonomiki-kiyiv-na-drugomu-misci-u-sviti>.
- Кукса В.М. Економіка спільного споживання – нова система цінностей і довіри. *Фінансовий простір*. Черкаси, 2018. №2(30). С. 71-77.
- Мотриченко В.М., Опалько В.І. Мегатренди глобального економічного розвитку. *Фінансовий простір*. Черкаси, 2014. №4(16). С. 176-181.
- Парсенюк В.О., Пащенко О.В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку шерінгової економіки. *Молодий вчений*. Херсон, 2020. №11(87). С. 186-192.
- Рощина Н.В., Борданова Л.С. Перспективи економіки спільної участі. *Інвестиції: практика та досвід*. Київ, 2017. №22. С. 19-21.
- Снітко А. *Все спільне: як працює sharing economy*. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/shcho-take-ekonomika-spilnogo-spozivannya-novi-biznes-modeli-50035050.html>.
- Філь А. *Звіт ООН: Понад 800 мільйонів людей у світі потерпають від голоду*. URL: <https://www.dw.com/uk/ponad-800-millioniv-liudei-u-sviti-stykaiutsia-z-holodom/a-59501020>.
- Яковлева М. *Поділитися зі світом: що дає українцям шерінгова економіка*. *Український тиждень*. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/229889>.
- Botsman R., Rogers R. *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. London: Harper Collins, 2010. 304 p.
- Chase R. *How People and platforms are Inventing the Collaborative Economy and Reinventing Capitalism*. New York: Public Affairs, 2015. URL: <http://www.robinchase.org/#peers-inc>.
- Kramer B. *Shareology: How Sharing is Powering the Human Economy*. Morgan James. 2015. 198 p.
- Revenko L.S., Revenko N.S. *Sharing Economy Phenomenon in the Digitization Era*. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*. 2019. №4(12). P. 678-700.
- Walsh B. *Today's smart choice: don't own. Share – 10 ideas that will change the world*. *TIME*. URL: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html.

References (transliterated)

- Andrusiv V., Lavrik Ya., Dovzhanin A. *Yak vidpovidalne spozhivannya zminyuye svit* [How responsible consumption changes the world]. Kiyiv: Brajt Buks, 2020. 256 p
- Ekonomichna model spilnogo spozhivannya (sheringova ekonomika)* [Economic model of shared consumption (sharing economy)]. URL: <https://business.dii.gov.ua/handbook/impact-investment/ekonomichna-model-spilnogo-spozivanna-seringova-ekonomika>.
- Krotovska O. *Kiyiv posiv druge misce u sviti za rozvitkom sheringovoyi ekonomiki: sho ce oznachaye?* [Kyiv ranked second in the world in the development of the sharing economy: what does it mean?] URL: <https://thepage.ua/ua/news/index-sheringovoyi-ekonomiki-kiyiv-na-drugomu-misci-u-sviti>.
- Kuksa V.M. *Ekonomika spilnogo spozhivannya – nova sistema cinnostej i doviri* [The economy of shared consumption is a new system of values and trust]. *Finansovij prostir* [Financial space]. Cherkasi, 2018. no 2(30). pp. 71-77.
- Motrichenko V.M., Opalko V.I. *Megatrendi globalnogo ekonomichnogo rozvitku*. [Megatrends of global economic development] *Finansovij prostir* [Financial space]. Cherkasi, 2014. no 4(16). pp. 176-181.
- Parsenyuk V.O., Pashenko O.V. *Suchasni tendenciyi ta perspektivi rozvitku sheringovoyi ekonomiki*. [Current trends and prospects for the development of the sharing economy] *Molodiy vchenij*. [Young scientist] Herson, 2020. no11(87). pp. 186-192..
- Roshina N.V., Bordanova L.S. *Perspektivi ekonomiki spilnoyi uchasti*. [Prospects of the economy of joint participation]. *Investiciyi: praktika ta dosvid* [Investments: practice and experience]. Kiev, 2017. no22.pp. 19-21.
- Snitko A. *Vse spilne: yak pracuyeye sharing economy* [All in common: how the sharing economy works]. URL: <https://biz.nv.ua/eng/experts/shcho-take-ekonomika-spilnogo-spozhivannya-novi-biznes-modeli-50035050.html>.
- Fil A. *Zvit OON: Ponad 800 milioniv lyudej u sviti poterpayut vid golodu*. [UN report: More than 800 million people worldwide suffer from hunger]. URL: <https://www.dw.com/uk/ponad-800-millioniv-liudei-u-sviti-stykaiutsia-z-holodom/a-59501020>.
- Yakovleva M. *Podilitisya zi svitom: sho daye ukrayincyam sheringova ekonomika*. *Ukrayinskij tizhden*. [Share with the world: what gives Ukrainians a sharing economy. Ukrainian week]. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/229889>.
- Botsman R., Rogers R. *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. London: Harper Collins, 2010. 304 p.
- Chase R. *How People and platforms are Inventing the Collaborative Economy and Reinventing Capitalism*. New York: Public Affairs, 2015. URL: <http://www.robinchase.org/#peers-inc>.
- Kramer B. *Shareology: How Sharing is Powering the Human Economy*. Morgan James. 2015. 198 p.
- Revenko L.S., Revenko N.S. *Sharing Economy Phenomenon in the Digitization Era*. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*. 2019. №4(12). P. 678-700.
- Walsh B. *Today's smart choice: don't own. Share – 10 ideas that will change the world*. *TIME*. URL: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html.

Надійшла (received) 10.01.2022

Відомості про автора / Сведения об авторах / About the Author

Шапран Олена Євгенівна (Шапран Елена Евгеньевна, Shapran Olena Evgenivna) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6921-1445>; e-mail: elena.shapran82@gmail.com