

DOI: <http://doi.org/10.32750/2023-0106>

УДК (334.01+330.88):504.03

JEL classification: D51, L14, Q20

Краус Катерина Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0003-4910-8330
e-mail: k.kraus@kubg.edu.ua

Краус Наталія Миколаївна

доктор економічних наук, професор,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0001-8610-3980
e-mail: n.kraus@kubg.edu.ua

Марченко Олександр Вікторович

кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет “Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка”,
Полтава, Україна
ORCID ID: 0000-0002-3342-0525
e-mail: alexmarchenko1954@gmail.com

СТАНОВЛЕННЯ ШЕРИНГОВОГО РИНКУ ЯК БАЗИСУ ДО ФОРМУВАННЯ “РЕПУТАЦІЙНОЇ” ЕКОНОМІКИ ТА ПОДОЛАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ ЛЮДСТВА

Анотація. У статті описується шерингова економіка як тип економіки, що дозволяє спільне використання ресурсу та простору, як процес поділу і розподілу спільного або почергового використання обмежених за своєю сутністю благ. Автори стверджують, що в практичній площині мова йде про перехід та відмову в економіці від ланцюга типу “виробництво – використання – утилізація” до багаторазового використання й споживання благ, ресурсів, товарів. Разом з тим, в умовах воєнного стану спільне використання є одним з ключових компонентів взаємозв’язку і взаємодії між людьми та відповідає за зміцнення соціальних зв’язків й безпосереднє забезпечення благополуччя індивідуума, дозволяє вирішувати екологічні питання.

Автори розглядають три види карпулінгу, вказуючи загальні характеристики та особливості кожного з них. Серед їх переваг зазначено зниження викидів шкідливих газів, що може зменшувати глобальне потепління; економія витрат на паливо, ремонт, паркування і збори; можливість уникнення стресу і навантаження керування автомобілем. У статті запропоновано під “анатомією” шерингу розуміти деяке вчення про зміст, будову шерингового бізнесу та характерні особливості роботи суб’єктів господарювання в системі економіки спільного користування. Розглядаються детермінанти стрімкого зростання ринку шерингу та запитуваності економіки шерингу споживачами, зокрема вказано швидкість, здешевлення і доступ до Інтернету; доступність до різного роду гаджетів в населення; розвиток Інтернет-спільноти; більша запитуваність кастомізованих сервісів.

У статті досліджено ключові ознаки “репутаційної” економіки, що зароджуються на базі шерингового бізнесу. Авторами названо наступні: формування нових правил корпоративної звітності і збільшення значення нефінансових показників; збільшення впливу нових медіа й месенджерів на швидкість поширення й доступність інформації; підвищення активності компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності і розвиток відповідального інвестування; формування інституту довіри як головної валюти шерингового бізнесу; інтегральність корпоративних комунікацій в бізнесі шерингу; формування нових бізнес-моделей, що включають міжособистісну довіру між клієнтом та продавцем; взаємозв’язки, взаємодії і як результат взаємовідносини зі стейкхолдерами набувають ключового значення.

Ключові слова: “репутаційна” економіка, екологічні проблеми, ринок шерингу, економіка спільного споживання, довіра, райдшеринг, каршеринг, карпулінг, ринок шерингу.

ВСТУП

Спільне використання речей, так зване їх спільне споживання, надання ресурсів та товарів на прокат зокрема, є питанням, що жваво обговорюється на різних бізнесових, і наукових зустрічах, бізнес-платформах в Україні й закордоном. Сьогодні в глобальному світі значна кількість сервісів шерингу здійснює потужний внесок у зменшення рівня шкоди для довкілля. Коли людина бере в тимчасове користування якусь потрібну їй річ, а не купує її, знижується загальний обсяг споживання, і очевидним стає факт, що відповідно й обсяг використання ресурсів, енергії, викидів і відходів в атмосферу, що пов’язані з виробництвом та утилізацією товарів в рази менший. Економіка спільного споживання має і низку фінансових вигод, зокрема мова йде про додатковий дохід для провайдерів. Так, наприклад, надання житла в оренду зменшує витрати на його утримання; є можливість отримати додаткові кошти за використання транспортного засобу, що може простоювати.

Постановка проблеми. Тренд під назвою “шеринг” (“спільне використання”) в наші дні є одним із найбільш обговорюваних в суспільстві. Концепція економіки спільного використання не є новою, адже вже кілька десятиліть викликає жваву зацікавленість. Проте зростання популярності шерингу розпочалося пізніше і пов’язане із кризовими явищами в економіці. Так, зокрема події 2008 року стали поштовхом для появи й розвитку таких гігантів, як Airbnb та Uber.

Спільне користування будівельними інструментами, фотоапаратами, пральними машинами – вже звичне явище. Отримання доступу до велосипедів, лиж та скутерів перетворилося на процес, що тепер займає лічені хвилини. Отже, поняття шерингу поєднує в собі розподіл ресурсів, соціальні зв’язки та екологічність. До того ж, шеринг-сервіси роблять значний внесок у зниження рівня шкоди для довкілля, адже коли людина замість придбання нової речі бере її в тимчасове користування, знижується загальний обсяг споживання – а відповідно й обсяг ресурсів, енергії, відходів та викидів, що пов’язані з виробництвом та утилізацією товарів. Багаторазове використання одного й того ж матеріалу допомагає мінімізувати екологічні збитки, а шеринг є прикладом складової циклічної економіки.

Суттєва користь шерингу – економія для покупця, оскільки не потрібно платити зайві кошти за новий товар, бо його можна взяти в оренду, особливо якщо це дорогі покупки, необхідні лише на короткий час. Крім того, шеринг – це гарна можливість протестувати річ перед покупкою, щоб вирішити, потрібна вона чи ні, адже ресурси стали дорожчими, а рівень споживання росте і цифрові платформи та стартапи дають змогу спільного використання – “користуватися” замість “мати”.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Із дослідженням загальних аспектів шерингової економіки, цифрової трансформації бізнесу на засадах економіки спільного користування та становлення репутаційної економіки в умовах віртуальної реальності пов’язані імена Н. Андрусак, Р. Ботсман [1], Л. Ганські, С. Голубки [2], О. Голобородька, М. Кукси [3], О. Криворучко, Н. Краус, К. Краус [4–5; 7], О. Лазоренко [6], В. Осецького [8], А. Снітко [9], Р. Чейз та ін..

Разом з тим, значна кількість питань, таких наприклад, як репутаційні аспекти роботи на ринку шерингу; робота коворкінгів та маркетплейсів в умовах віртуальної реальності; ідеї міжособистісної співпраці і спільного споживання ресурсів; вплив платформ та використання спільних ресурсів на допомогу тим учасникам ринку шерингу, які потребують підтримки; пошук шляхів зміцнення довіри між учасниками

спільної економіки кризь призму бачення один одного як рівних, будуючи конструктивні стосунки там, де їх раніше не було. Ці, та низка інших питань, залишаються недостатньо дослідженими й потребують подальшого вивчення. До того ж, відсутнє чітке уявлення того, чи можливе шерингове підприємництво в Україні в умовах воєнного стану.

Мета статті полягає у пропонуванні авторського трактування “анатомія” шерингу; аналізі показників стрімкого зростання економіки шерингу та зазначені детермінанти розвитку ринку шерингу; використовуючи матричний метод, представити матричну структуру особливостей спільного використання карпулінгу; конкретизації його переваг та недоліків у розрізі видів (класичний, динамічний, регулярний); характеристики “репутаційної” економіки і зазначені її ключових ознак, що зароджуються на базі шерингового бізнесу.

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення поставленої мети використано такі методи дослідження: аналізу та синтезу (для з’ясування сутності шерингу та репутаційної економіки), порівняльного аналізу (для виявлення переваг від економіки спільного використання), контент-аналізу (для систематизації наукових поглядів на сутність репутаційної економіки), дедукції та індукції (для окреслення перспектив впровадження новітніх цифрових інструментів й технологій в економіку спільного використання), історичного та логічного (для дослідження історичних і сучасних векторів шерингу), узагальнення (для розробки рекомендацій зі створення основ популяризації шерингового бізнесу).

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Популярність до шерингу пов’язується із кризовими явищами і різник країнах та в різний час. Не виключенням є і Україна сьогодні. Економіка “шерингу” (англ. “to share”, означає “ділитися”) або економіка спільного використання/користування в умовах воєнного стану стає популярною і є такою, що все частіше запитується економічними агентами українського бізнес-середовища та й загалом українцями.

Шерингова економіка (економіка спільного користування) являє собою соціальне явище, що змінює споживчі звички, впливає на вподобання, створює нові бізнес-моделі та змушує переглядати в частині трансформаційних змін низку процесів в фірмах, організаціях. Разом з тим, економіку спільного споживання трактують як соціально-економічну систему, яка заснована на спільному використанні людських та матеріальних ресурсів. Тобто мова йде про відмову людьми і компаніями від покупки нових речей, товарів побуту та одержання послуг [9]. Сенс й зміст роботи шерингової економіки в тому, щоб люди та компанії брали в оренду одяг, квартири, автомобілі, побутову техніку, меблі, обладнання для бізнесу, логістичний склад і т.п.. Під “анатомією” шерингу ми пропонуємо розуміти деяке вчення про зміст, будову шерингового бізнесу та характерні особливості роботи суб’єктів господарювання в системі економіки спільного користування.

Спільне використання розглядається даним типом економіки як спільне використання ресурсу та простору, як процес поділу і розподілу спільного або почергового використання обмежених за своєю сутністю благ. До того ж, багаторазове використання одного й того ж матеріалу дозволяє мінімізувати екологічні збитки, у такий спосіб шеринг являє собою складову циркулярної (циклічної) економіки. В практичній площині мова йде про перехід та відмову в економіці від ланцюга типу “виробництво – використання – утилізація” до багаторазового використання й споживання благ, ресурсів, товарів. Екологи всього світу, повсякчасно на різних площадках-зустрічах з урядовцями, бізнесменами та науковцями, піднімають питання

забруднення навколишнього середовища в результаті викидів, тож допомогти зменшити їх можна за умови розширення можливостей функціонування в економіках різних країн ринку шерингу.

Прикладами бізнес-моделей на засадах шерингової економіки є P2P кредитування, краудфандинг, краудсорсинг, оренда квартир і будинків (Airbnb), каучсерфінг (CouchSerfing), райдшеринг (BlaBlaCar), каршерінг (Uber), коворкінг, відкриті майстерні й лабораторії, перепродаж і торгівля (маркетплейси: eBay, Amazon, OLX, Rozetka, Prom), обмін знаннями та талантами (Fiverr, UpWork), нішові послуги (Bike sharing).

Згідно з дослідженнями Каліфорнійського університету, в годину пік на автостраді Лос-Анджелеса викидається приблизно 166 т CO². Якщо підвищити швидкість руху автомобілів на цій же автостраді на 32 км/год, викид CO² знизився б на 12%. Це призвело б до скорочення викидів на 21 т в день. Якщо екстраполювати це зниження на рік, то зменшення трафіку лише на одному відрізку автомагістралі знизить викиди CO² на 249 000 т, що еквівалентно зняттю з дороги 41 500 автомобілів [6].

В XXI столітті життя дуже динамічне, тож трафік на дорогах (інтенсивність руху) та водії мають постійну потребу в платформах, які дозволяють більш раціонально використовувати автомобільний ресурс. Такого роду платформи стають тим місцем де можуть зустрітись водій та пасажир для організації раціональних поїздок. Саме на таких платформах пропонується взаємна допомога, в частині до прикладу спільних поїздок, коли власник авто їде один у справах, але по дорозі може підвести з економічною вигодою для себе, попутного пасажиром (з комфортом та економією часу для пасажиром). Як приклад, можна назвати BlaBlaCar, що зайняв свій сегмент економіки спільного споживання – автобусний маркетплейс і карпулінг. Технології спільного споживання і карпулінг стосуються саме раціонального використання (табл. 1). На сьогодні BlaBlaCar “прижився” в кількох десятках країнах з понад 90 млн користувачів. Щодо щорічної економії, то вона сягає вже понад 1,5 млн т CO², ніколи не викинутого в атмосферу CO². До прикладу, цей обсяг можна порівняти з викидами всього Парижа [6]. У Франції райдшеринг забезпечується за рахунок компанії BlaBlaCar, яка фокусується на міжміських спільних поїздках. Нині BlaBlaCar – це найбільша у світі райдшерингова платформа. Нею користуються 40 млн людей у 22 країнах світу [10].

Тож без перебільшення, цифри засвідчують той факт, що потік навантаження на транспортну та комунікаційну систему (звернення, кількість переданих за одиницю часу пакетів і повідомлень) в різних системах, мережах в т.ч. телекомунікаційних та транспортних мережах, а також обсяг переданих або прийнятих даних, можна розвантажити користуючись послугами та використовуючи товари ринку шерингу.

Якісно представлена та доступно розкрита концепція шерингової економіки була в 2010 році Рейчел Ботсман в її праці “Що моє – твоє: стрімке зростання спільного споживання”. В книзі дослідниця наголосила на ключовому складнику даного виду бізнесу, а саме на довірі. Вона означила довіру філософією економіки спільного користування та головною валютою майбутнього. Довіра, на її думку, це ілюзорна концепція, але від неї ми залежимо у будь-якій сфері нашого життя. Авторка стверджує, що “сьогодні дивовижно спостерігати за тим, як люди довіряють один одному все більше... довіра до незнайомих стає звичною... довіра стимулює технології та зміни... Зміни, на порозі яких ми стоїмо, є не технологічними, а швидше емоційними. Це зміни, в першу чергу, в довірі до інших. Ми будемо еру довіри, до якої нам усім потрібно пристосовуватись” [1].

Таблиця 1

Особливості спільного використання карпулінгу

	Райдшеринг (англ. Ride – поїздка, share – ділитися), або карпулінг (англ. Car – автомобіль, pool – об'єднання) – спільне використання приватного автомобіля за допомогою сервісів з пошуку попутників. Залежно від способу планування спільної поїздки виділяють наступні види карпулінгу (райдшерингу):		
<i>Види карпулінгу</i>	Класичний	Динамічний	Регулярний
<i>Загальна характеристика та особливості</i>	Це, як правило, тривала (від 100 км) поїздка, планується завчасно (від 1 дня до декількох місяців).	Це переміщення у міському просторі на незначні відстані (1-100 км) при наявності альтернатив (на власному авто, громадським транспортом, на таксі, велосипеді або пішки).	У цьому випадку учасники, маршрут і розклад поїздки постійні.
<i>Переваги</i>	Зменшення викидів шкідливих газів, що може зменшувати глобальне потепління; можливість познайомитись з цікавими людьми (у сучасному суспільстві, орієнтованому на індивідуалізм і незалежність кожного, така можливість може бути дуже цінною).	Зменшення дорожніх заторів при об'єднанні автолюбителів-попутників в одному автомобілі; зменшення викидів шкідливих газів, що може зменшувати глобальне потепління; спеціальні програми від влади (наприклад, у США існують спеціалізовані виділені смуги для громадського транспорту і автомобілів з пасажирями. Деякі компанії надають спеціальні місця паркування, а крім того, з т.з. колективу, знайти місце для одного автомобіля простіше, ніж для всіх машин учасників).	Економія витрат на паливе, ремонт, паркування і збори; можливість уникнути стресу і навантаження керування автомобілем; можливість знайти попутників для подорожі за лічені секунди завдяки стрімкому розвитку технологій.
<i>Недоліки</i>	Водіям іноді доводиться заїжджати за пасажирами, а значить, і подовжувати свій час в дорозі; ризик подорожувати з недобросовісними попутниками.	У разі виникнення ДТП водії відповідають за затримку; ризик подорожувати з недобросовісними попутниками; організація карпулінгу не завжди можлива на рівні державних органів влади.	У разі виникнення ДТП водії відповідають за затримку; організація карпулінгу не завжди можлива на рівні державних органів влади.
<i>Потенційний ринок</i>	Згідно з дослідженням, проведеним в Каліфорнійському університеті Берклі в 2010 році, близько 20% респондентів готові використовувати райдшеринг хоча б один раз в тиждень. Крім того, карпулінг користується великим попитом у тих, хто щодня пересувається в одному і тому ж напрямку (30%), ніж у тих, хто робить випадкові поїздки. Основними перешкодами, що сповільнюють розвиток карпулінгу, є короткі поїздки і збільшення часу, проведеного в дорозі.		
<i>Впровадження сервісу</i>	Використання даного способу пересування стало можливим завдяки досягненням техніки: соціальні мережі, які роблять послугу прозорою і підвищують рівень довіри між водієм і пасажиром.	Використання даного способу пересування стало можливим завдяки досягненням техніки: смартфони, що дозволяють користувачам послуги зробити запит на поїздку, незалежно від місця знаходження.	Використання даного способу пересування стало можливим завдяки досягненням техніки: GPS-пристрої для визначення маршруту водія і організації спільної поїздки.

Джерело: складено авторами на основі джерел [6; 10; 11; 12; 13]

В умовах воєнного стану спільне використання є одним з ключових компонентів взаємозв'язку і взаємодії між людьми та відповідає за зміцнення соціальних зв'язків й безпосереднє забезпечення благополуччя індивідуума, дозволяє вирішувати екологічні питання. Зокрема ідея, що покладена в основу шерингової економіки полягає саме в спільному використанні людьми і суб'єктами господарювання речей, товарів та навіть

послуг. Винайм власності чи оренда є яскравими і влучними прикладами, що демонструють роботу економіки шерингу.

В умовах воєнного стану мільйони українців втратили своє житло, роботу, власні транспортні засоби, предмети домашнього вжитку і з цих причин так чи інакше тисячі людей користувались в продовжують користатися товарами та послугами шерингової економіки. Ми маємо на увазі спільне користування будівельними інструментами, колясками, іграшками, професійним обладнанням, приміщеннями, пральними машинами, фотоапаратами, телевізорами, посудом, автотранспортними засобами, житлом, знаннями і навичками, святковим дитячим і дорослим одягом для різного роду заходів та святкувань і т.п.. Так до прикладу, на гірськолижному курорті Буковель, ще за довго до війни був легким процес отримання доступу до велосипедів, лижного спорядження, скутерів. У відпочиваючих це могло займати лічені хвилини та дозволяло зекономити українцям тисячі гривень та відсутності потреби придбавати для 7-денного відпочинку дорого вартісне спорядження, яке потім ще й потребує відповідного догляду, технічного обслуговування та місць для зберігання.

Суб'єкти господарювання економіки спільного користування в Україні працюють як онлайн, так і офлайн. Форму роботи вони обирають враховуючи сектор (галузь) економіки в якому надають послуги та клієнтські запити й вподобання. Якщо власник бізнес-шерингу обирає працювати онлайн, то він створює відповідну платформу в мережі Інтернет, де охочі можуть взяти на прокат різні твори вжитку або так само здати їх в оренду. З'являються сьогодні в світі і компанії з бізнес-шерингу, які пропонують власникам якогось вже непотрібного їм майна, одержувати невеликий дохід з нього. Світовими лідерами на ринку шерингу є всім відомі Airb&b (2008 рік заснування), Uber (2009 р.) та сервіс BlaBlaCar (2006 р.).

За прогнозами експертів до 2025 року сукупний прибуток ринку шерингу досягне \$335 млрд. В найближчі десять років в Європі сегмент шерингової економіки буде зростати на 35% кожного року, при цьому поширюючись та охоплюючи нові сектори й галузі економіки, зокрема логістику та роздрібну торгівлю. За оцінками PwC в 2019 році 15% населення планети хоча б один раз користувалися шеринговими сервісами [14]. Детермінанти такого стрімкого зростання шерингу представлено на рис. 1.

Економія для покупця – це і є беззаперечна користь й вигода від економіки шерингу. Українцям непотрібно платити зайві кошти. Відповідно до своїх потреб, особливостей та бажань кожен українець має змогу придбати дешевше вживанні речі, ніж купити нові такі ж по функціоналу, але набагато дорожчі. До того ж, варто зазначити, що пропоновані речі на ринку шерингу бувають вживаними їх власниками кілька разів та знаходяться в гарному стані. Позитивними моментом є і той факт, що взяти їх можна і в оренду, якщо річ потрібна для користування 1 чи 2 рази. Зокрема це стосується дороговартісних покупок, які потрібні на короткий час (наприклад, дрон чи квадрокоптер).

Користування пропозиціями ринку шерингу відкриває можливості перед українцями протестувати ту чи іншу річ у користуванні перед покупкою, з метою того, щоб з'ясувати чи потрібна вона взагалі та які її дійсно якісні характеристики. Так як ресурси є не безмежними та постійно дорожчають, при цьому рівень споживання зростає, свідомим українцям варто розглядати пропозиції від цифрових платформ з бізнес-шерингом, адже вони пропонують просте вирішення низки побутових питань шляхом спільного використання речей, засобів, предметів.

Переконанні, що в умовах воєнного часу, нам українцям варто обирати економію коштів та часу, а саме: переслідувати безпосередню мету “користуватись річчю” на противагу бажанню “володіти річчю”.

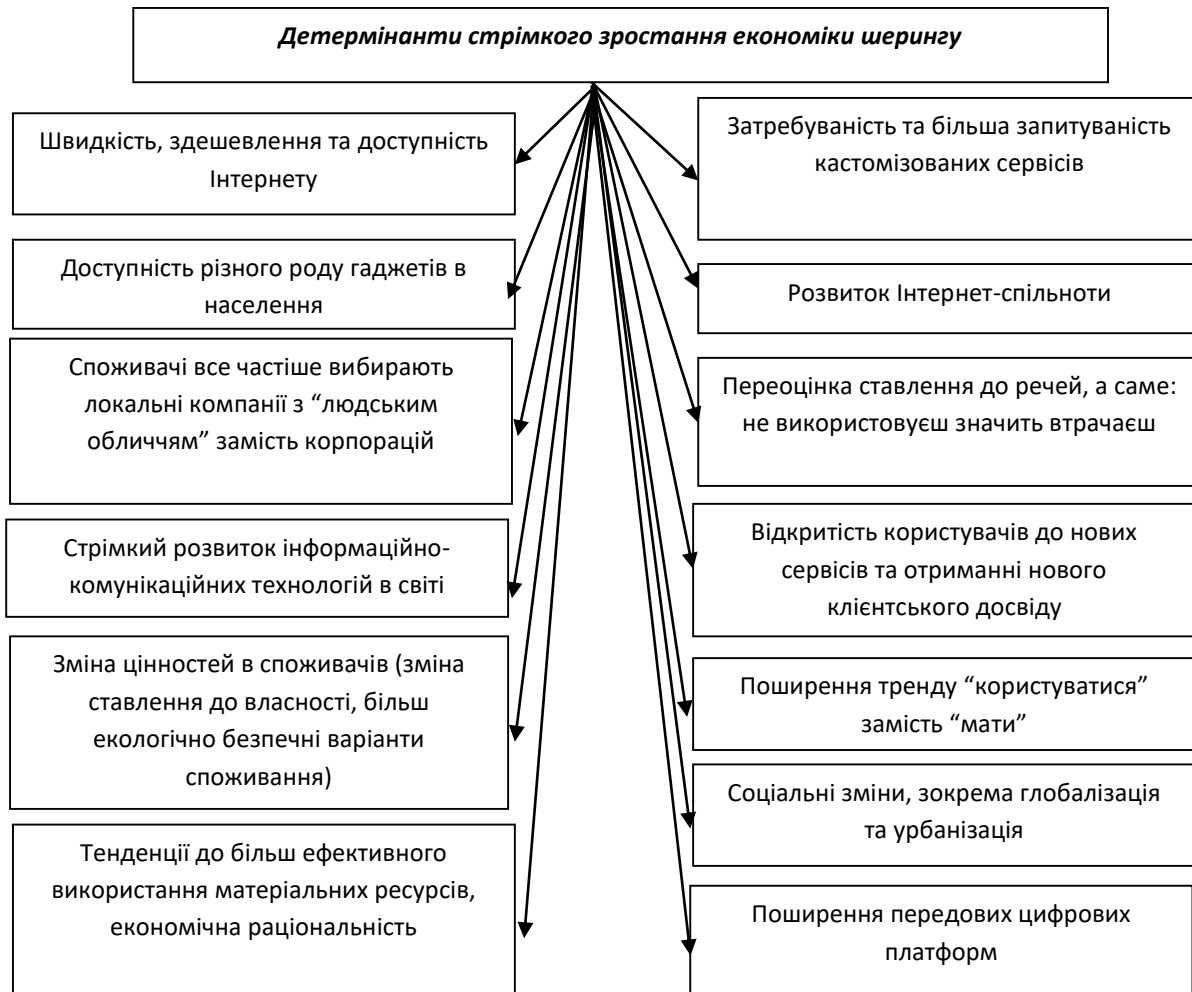


Рис. 1. Детермінанти стрімкого зростання ринку шерингу та запитуваності економіки шерингу споживачами (складено авторами на основі джерел [14; 9; 6])

В рамках заявленої проблеми до розгляду, доречно зауважити і той факт, що в XXI столітті ми стаємо свідками того, як для багатьох компаній дотримання всіма співробітниками базових управлінських принципів діяльності, набуває важливішого значення, ніж питання поліпшення якості товару, який вони пропонують споживачу. Так, для низки бізнес-гравців ключовими стають прозорість ведення бізнесу, високий рівень міжособистісної довіри, дотримання принципів відкритості, безконфліктності, комунікативності та активної участі у вирішенні соціальних і гуманітарних питань. Таким чином, ми поневолі формуємо структурні елементи шерингу, що дають поштовх до зародження деякої "репутаційної" економіки. Ознаки та загальні характеристики "репутаційної" економіки, ми зробили спробу представити на рис. 2.

Говорячи, так би мовити, про "анатомію" шерингу варто зауважити, що зростає вплив співробітників, споживачів, партнерів як носіїв та поширювачів інформації про компанію, яка працює на засадах економіки спільного користування. Співробітники трансформувалися у впливових амбасадорів бренду шерингового бізнесу. Рівень довіри до бізнес-суб'єктів шерингу формується за рахунок інформації в соціальних мережах та сервісах. Це найшвидший інструмент поширення інформації і він формує образ шерингового бізнесу в очах клієнтів, споживачів. Системна робота з цільовою

аудиторією в соціальних мережах здатна як підірвати репутацію так і зміцнити рівень довіри. Відсутність належної уваги та нехтування відгуками споживачів може вплинути на дохідність шерингового бізнесу.

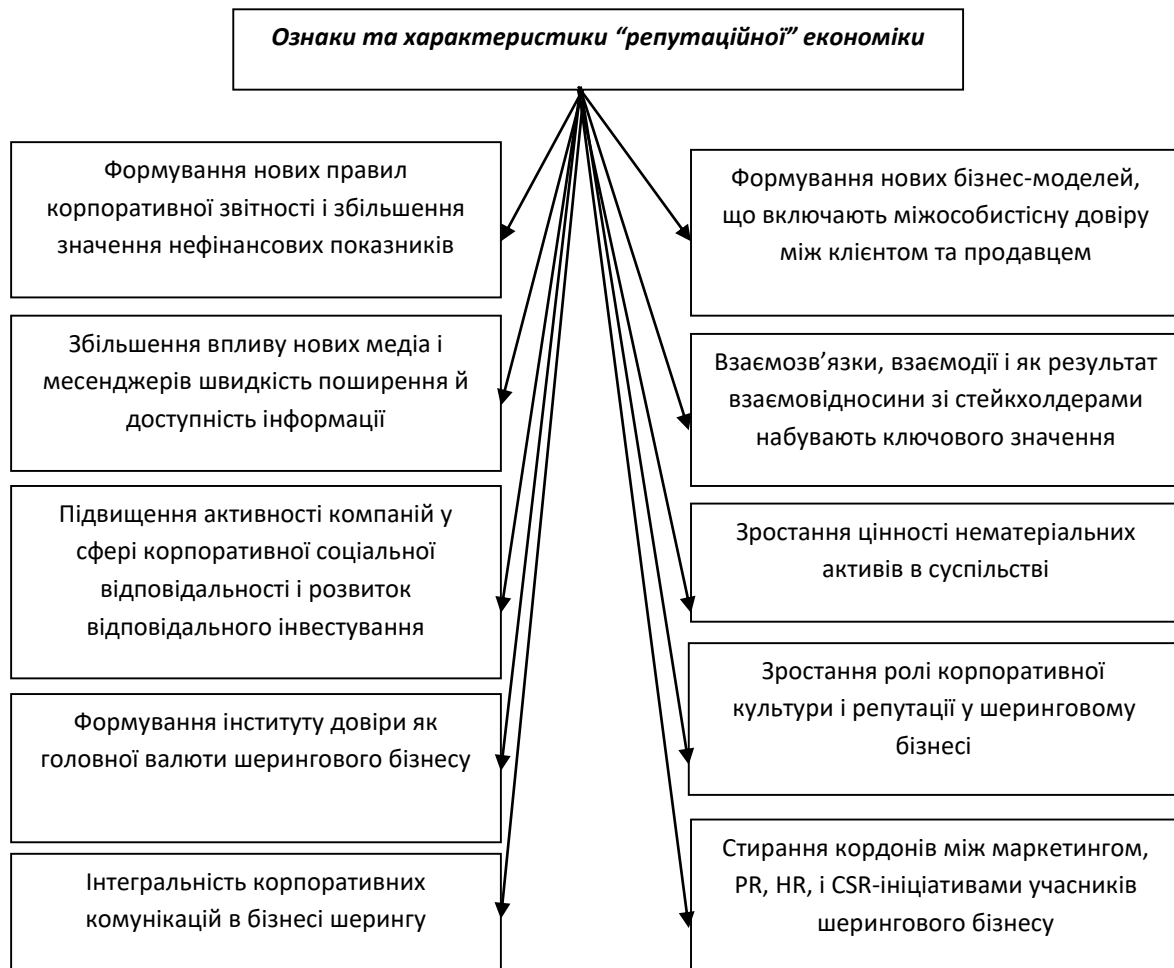


Рис. 2. Ключові ознаки “репутаційної” економіки, що зароджуються на базі шерингового бізнесу (розробка авторів)

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У підсумку варто зазначити, що шерингова економіка є економічною моделлю, що тлумачиться як діяльність на базі однорангового зв'язку (P2P). Зміст її полягає в можливості придбавати, надавати товари й послуги в спільне користування. Реалізувати це можна використовуючи онлайн-платформи, що створенні спільнотами. Головна особливість економіки спільного користування надання і отримання послуг без посередників.

Розвивається шерингова економіка завдяки використанню різних ІТ рішень та BigData – застосунків й децентралізованих платформ і порталів, що розміщують інформацію про товари і послуги та надають загальний доступ до них. Раціональне споживання, кращі й нові можливості це одна з переваг моделі шерингової економіки, адже населення має доступ до речей, що потребує значних коштів для володіння, а саме: машини, обладнання, житло, техніка. Подальшими перспективними напрями дослідження економіки шерингу вважаємо питання в частинні невизначеності

нормативно-правових актів та занепокоєння українців щодо зловживань економікою спільного користування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Botsman R., Rogers R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Business. 304 p.
2. Голубка С.М., Краус К.М., Краус Н.М. (2021). Шерингова економіка: цифрова трансформація підприємництва на шляху до індустрії 4.0. *Ефективна економіка*, 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9139> (дата звернення 28.04.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.8.73.
3. Кукса В.М. (2018). Економіка спільного споживання – нова система цінностей і довіри. *Фінансовий простір*, 2 (30). 71–77.
4. Краус Н.М., Краус К.М., Осецький В.Л. (2020). Інститут власності та довіри в національній економіці: пріоритетизація, імпульси розвитку та кристалізація обрисів. *Інфраструктура ринку*, Вип. 39. 9–14. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/4.pdf (дата звернення 25.04.2023).
5. Краус Н.М., Краус К.М., Осецький В.Л. (2021). Шерингова економіка: інституціональний модус, універсальність і новелізація розвитку підприємництва на віртуальних цифрових платформах. *Ефективна економіка*, 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8786> (дата звернення 05.05.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.3. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.8>.
6. Лазоренко О. (2021). Світові тренди: sharing economy як нова реальність. *New Voice*, 28 вересня 2021. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/ekonomika-tehnologiji-chogo-ne-vistachaye-v-ukrajini-blablakar-novini-ukrajini-50186058.html> (дата звернення 10.05.2023).
7. Краус Н.М., Краус К.М. (2023). “Анатомія” шерингу у прожекторі “репутаційної” економіки. *Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: виклики воєнного часу: матеріали XIV Міжнар. бізнес-форуму*, 23 берез. 2023 р. Київ: ДТЕУ. 140–142.
8. Осецький В., Краус Н., Краус К. (2021). Шерингова економіка: діалектичний розвиток реципрного обміну в умовах віртуальної реальності та цифрової трансформації. *Економічна теорія*, 2. 5-27. URL: http://etet.org.ua/docs/ET_21_2_05_uk.pdf (дата звернення 05.04.2023). <https://doi.org/10.15407/etet2021.02.005>.
9. Снітко А. (2019). Все спільне: як працює sharing economy. *NV БІЗНЕС*, 31 липня 2019. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/shcho-take-ekonomika-spilnogo-spozhyvannya-novi-biznes-modeli-50035050.html> (дата звернення 07.05.2023).
10. Райдшеринг (2023). *Wikipedia*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D1%88%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата звернення 05.04.2023).
11. Sundararajan A. (2016). *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-Based capitalism*. Cambridge, MA: MIT Press.
12. Kramer B. (2015). *Shareology: how sharing is powering the human economy*. Morgan James.
13. Tversky A., Kahneman D. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*. XLVII. 263–291.
14. The Sharing Economy. Consumer Intelligence Series (2022). *PWC*. URL: <https://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf> (дата звернення 09.05.2023).

Kateryna M. Kraus

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor
Borys Grinchenko Kyiv University,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-4910-8330
e-mail: k.kraus@kubg.edu.ua

Nataliia M. Kraus

Doctor of Economics Sciences, Professor, Professor
Borys Grinchenko Kyiv University,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0001-8610-3980
e-mail: n.kraus@kubg.edu.ua

Oleksandr V. Marchenko

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor
National University “Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic”,
Poltava, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-3342-0525
e-mail: alexmarchenko1954@gmail.com

THE ESTABLISHMENT OF THE SHARING MARKET AS A BASIS FOR THE FORMATION OF A “REPUTATION” ECONOMY AND OVERCOMING HUMANITY’S ENVIRONMENTAL PROBLEMS

Abstract. The article describes the sharing economy as a type of economy that allows the joint use of resources and space, as a process of division and distribution of joint or alternate use of inherently limited goods. The authors claim that, in a practical sense, we are talking about the transition and rejection in the economy from the “production – use – disposal” chain to the multiple use and consumption of goods, resources, and goods. At the same time, in the conditions of martial law, sharing is one of the key components of the relationship and interaction between people and is responsible for strengthening social ties and directly ensuring the well-being of the individual, allowing to solve environmental issues.

The authors consider three types of carpooling, indicating the general characteristics and features of each of them. Among their advantages are the reduction of emissions of harmful gases, which can reduce global warming; saving costs for fuel, repairs, parking and fees; the possibility of avoiding the stress and burden of driving a car. In the article, it is suggested that the “anatomy” of sharing should be understood as some teaching about the content, structure of the sharing business and the characteristic features of the work of business entities in the sharing economy system. Determinants of the rapid growth of the sharing market and demand for the sharing economy by consumers are considered, in particular speed, cheapness and access to the Internet are indicated; accessibility to various types of gadgets in the population; development of the Internet community; greater demand for customized services.

The article examines the key features of the “reputational” economy emerging on the basis of the sharing business. The authors named the following: formation of new corporate reporting rules and increasing the value of non-financial indicators; increasing influence of new media and messengers on the speed of dissemination and availability of information; increasing the activity of companies in the field of corporate social responsibility and the development of responsible investing; formation of the institution of trust as the main currency of the sharing business; the integrity of corporate communications in the sharing business; formation of new business models that include interpersonal trust between the client and the seller; relationships, interactions and, as a result, relationships with stakeholders become key.

Keywords: “reputational” economy, environmental problems, sharing market, sharing economy, trust, ridesharing, carsharing, carpooling, sharing market.

REFERENCES

1. Botsman, R., Rogers, R. (2010), “*What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*”. Harper Business. 304 p. (in English)

2. Holubka, S.M., Kraus, K.M., Kraus, N.M. (2021), “The sharing economy: digital transformation of entrepreneurship on the way to industry 4.0”, *Efficient economy*, no. 8, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9139> (assessed 28 April 2023). (in Ukrainian)
3. Kuksa, V.M. (2018), “The sharing economy is a new system of values and trust”, *Financial space*, no. 2 (30), 71–77. (in Ukrainian)
4. Kraus, N.M., Kraus, K.M., Osetskyi, V.L. (2020), “Institute of property and trust in the national economy: prioritization, development impulses and crystallization of outlines”, *Market infrastructure*, Vol. 39, 9–14, available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/4.pdf (assessed 25 April 2023). (in Ukrainian)
5. Kraus, N.M., Kraus, K.M., Osetskyi, V.L. (2021), “Sharing economy: institutional mode, universality and novelization of entrepreneurship development on virtual digital platforms”, *Efficient economy*, no. 4, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8786> (assessed 05 May 2023). (in Ukrainian)
6. Lazorenko, O. (2021), “World trends: sharing economy as a new reality”, *New Voice*, 28 September 2021, available at: <https://nv.ua/ukr/opinion/ekonomika-tehnologiji-chogo-ne-vistachaye-v-ukrajini-blablakarnovini-ukrajini-50186058.html> (assessed 10 May 2023). (in Ukrainian)
7. Kraus, N.M., Kraus, K.M. (2023), ““Anatomy” of sharing in the spotlight of the “reputational” economy”, *Problems and prospects of the development of innovative activity in Ukraine: challenges of wartime: materials of the 14th International business forum*, 23 March 2023, Kyiv: DTEU, 140–142. (in Ukrainian)
8. Osetskyi, V., Kraus, N., Kraus, K. (2021), “Sharing economy: dialectical development of reciprocal exchange in the conditions of virtual reality and digital transformation”, *Economic theory*, no. 2, 5–27, available at: http://etet.org.ua/docs/ET_21_2_05_uk.pdf (assessed 05 April 2023). (in Ukrainian)
9. Snitko, A. (2019), “Everything is shared: how the sharing economy works”, *NV BIZHEC*, 31 July 2019, available at: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/shcho-take-ekonomika-spilnogo-spozhyvannya-novi-biznes-modeli-50035050.html> (assessed 07 May 2023). (in Ukrainian)
10. “Ridesharing” (2023), *Wikipedia*, available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D1%88%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (assessed 05 April 2023). (in Ukrainian)
11. Sundararajan, A. (2016), “The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-Based capitalism”, Cambridge, MA: MIT Press. (in English)
12. Kramer, B. (2015), “Shareology: how sharing is powering the human economy”, Morgan James. (in English)
13. Tversky, A., Kahneman, D. (1979), “Prospect theory: an analysis of decision under risk”, *Econometrica*, XLVII, 263–291. (in English)
14. “The Sharing Economy. Consumer Intelligence Series” (2022), PWC, available at: <https://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf> (assessed 09 May 2023). (in English)

