

УДК 123.456:789

ЕКОНОМІКА СПІЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ — НОВА СИСТЕМА ЦІННОСТЕЙ І ДОВІРИ

КУКСА Валентина Михайлівна,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій

Черкаського-навчально-наукового інституту

ДВНЗ «Університет банківської справи» (м. Київ)

e-mail: kuksavm15@gmail.com

Анотація. Проведено аналіз сутності економіки спільної участі (*sharing economy*) і причини її виникнення.

Розглянуто модель взаємодії та особливості співпраці учасників — користувачів шерингу.

Виділено сфери поширених шерингових платформ та їхній життєвий цикл.

Досліджено світовий і вітчизняний досвід розвитку економіки спільної участі.

Запропоновано перспективні напрями, сегменти розвитку економіки спільного споживання та розглянуто її головні перешкоди.

Ключові слова: шерингова економіка, економіка спільної участі, економіка спільного споживання, шерингові платформи, економіка довіри.

Постановка проблеми. У сучасному світі відбуваються трансформаційні процеси суспільно-економічного життя, зокрема, на зміну надмірному використанню ресурсів, притаманному ХХ століттю, до суспільства приходять розуміння необхідності спільного споживання та раціонального витрачання матеріальних благ і послуг. Інтернет-технології, розвиток комунікацій прискорили процес співпраці, обміну інформації та оплати послуг (благ). Виникнення шерингової економіки, або економіки спільного споживання (з англ. *sharing economy* або *share economy*), пов'язано з цим. Сутність якої зводиться до можливості отримання додаткового доходу (або скорочення витрат) від передання в тимчасове користування речей, благ і послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні аспекти розвитку та поширення шерингової економіки досліджували як вітчизняні, так і закордонні науковці. Серед закордонних учених можна відзначити робо-

Анотация. Произведен анализ сущности экономики совместного участия (*sharing economy*) и причины ее возникновения. Рассмотрены модель взаимодействия и особенности сотрудничества участников — пользователей шеринга. Выделены сферы распространенных шеринговых платформ и их жизненный цикл. Исследован мировой и отечественный опыт развития экономики совместного участия. Предложены перспективные направления, сегменты развития экономики общего потребления и рассмотрены ее основные препятствия.

Ключевые слова: шеринговая экономика, совместное потребление, экономика общего потребления, шеринговые платформы, экономика доверия.

ту Р. Чейз, яка дослідила, як люди і платформи створюють економіку спільного споживання і трансформують капіталізм. Пояснила поняття спільної участі, «принцип вулика» і модель взаємодії P2P [5]. Л. Ганські у своїх дослідженнях розкриває сутність речей, які краще використовувати спільно [6]. Р. Ботсман у своїх дослідженнях пояснює, як технології трансформують спілкування і створюють довіру між людьми [4]. Б. Крамер доводить необхідність поширення інформації про себе і свою компанію через соціальні мережі [7]. А. Сундарараджан провів дослідження про онлайн-довіру між людьми усього світу [12]. Серед вітчизняних учених варто виділити Н. Рощину і Л. Борданову, які досліджували перспективи розвитку економіки спільної участі [2]; М. Макачук — досліджував унікальні конкурентні переваги на прикладі шерингових платформ; В. Опалько і В. Мотриченко розглядають глобальні тенденції та поширення Інтернет-технологій у світовій практиці [1].

Метою статті є з'ясування особливостей виникнення шерингової економіки, платформ спільної участі та трансформації системи цінностей серед користувачів шерингу.

Вклад основного матеріалу. Економічна сутність поняття шерингової економіки (економіки спільної участі) розкривається в можливості отримання додаткового доходу або скорочення витрат від передання в тимчасове користування речей, благ і послуг. Згідно з визначенням, поданим Price water house — Coopers PwC (2015), шерингову економіку розглядають як сферу відносин, що дозволяє окремим особам і групам заробляти гроші за рахунок недоотриманих активів. Таким чином, фізичні активи надаються як послуги [10]. Gaétan Vanloqueren Saw-B (2015) трактує поняття шерингової економіки як ініціативи людей, які організують спільне використання товару. Cyril Kretzschmar включає в це поняття й інші складові: економіка спільного доступу (шерингова) базується на рівності осіб, які самоорганізуються для створення спільного блага. Вона передбачає створення спільного товару: при розподілі вартості поїздки, яка розподіляється справедливо між водієм і пасажиром. Вільне програмне забезпечення, розроблене його користувачами, належить усім. Згідно з визначенням Portail Québec — Services Québec: економіка спільного доступу — напівформальна схема між окремими споживачами для обміну об'єктів, часу, послуг (розміщення, перевезення), у яких стандартні ділові правила нівелюються або переплітаються [8, с. 5—6].

Підсумовуючи вищезазначені визначення, сутність шерингової економіки (економіки спільного доступу) полягає у створенні спільного товару чи надання послуги, у тому числі в тимчасове користування активів, із найменшими витратами, ґрунтуючись на принципах рівності, взаємодопомоги та взаємовиручки учасників.

Виникнення і поширення шерингової економіки в багатьох країнах світу пов'язують із фінансовими труднощами населення в період кризи, розвитком інформаційних комп'ютерних технологій, відповідних електронних платформ, соціальних мереж і мобільних додатків. В основі її реалізації — ідеології win-win (виграють обидві сторони) і принципу peer-to-peer (P2P) (від одного користувача до іншого). Спільне використання ресурсів добре відоме та проявляється в моделі «бізнес — бізнес» (B2B), наприклад, при спільному використанні техніки в сільському і

лісовому господарстві, а також у моделі «бізнес — споживач» (B2C) — у закладах самообслуговування. Можливість отримувати із своїх пасивів активи, які будуть приносити дохід, і є особливістю нинішньої шерингової економіки. У результаті взаємодії налагоджується контакт між людиною, у якої є надлишковий ресурс, і тим, кому цього ресурсу не вистачає, при цьому виграють обидві сторони або учасники проекту. Такий підхід передбачає як загальне споживання, так і спільне створення.

Поряд із таким підходом, з'являється і нова система поглядів на річ, майно, послугу або фінансові ресурси. Сьогодні потрібну річ не обов'язково купувати, її можна позичити. Речами, майном можна ділитися та ще й з користю. Тим, хто має чим ділитися, і тим, кому це може знадобитися, — вирішують прихильники раціонального використання ресурсів і створюють шерингову платформу.

Нинішніми принципами шерингової економіки є: економія часу і ресурсів, вигідна співпраця і раціональне споживання з метою задоволення максимальних потреб.

Головними факторами і причинами виникнення економіки спільної участі є ось що.

1. *Розвиток комунікаційних технологій та рівність учасників соціальних мереж.* Користувачі перших мереж MySpace, Facebook, LinkedIn (2000 р.) отримали можливість взаємодіяти з іншими учасниками, обмінюватися інформацією, спілкуватися в режимі реального часу. Використовуючи нові можливості, з'явилися перші платформи: Ebay, Couchsurfing, Freecycle.

2. *Криза 2008 року і брак фінансових ресурсів* спонукали людей думати та діяти по-іншому, відмовляючись від гіперспоживання. Шерингова економіка пропонує додатковий шлях отримання фінансових ресурсів та іншу систему цінностей, засновану на довірі, доступності, обміні, співпраці, прямому контакті між учасниками без посередників. Наприклад, 2008 року Брайан Ческі і Джо Гебб вирішили підзаробити, здавши в оренду кімнату. Для реклами цієї послуги вони створили в Інтернеті сторінку Airbedandbreakfast.com. А 2009 року засновники сайту, на той час був перейменований в Airbnb, потрапили у відомий бізнес-інкубатор Y Combinator у Кремнієвій долині. Так був створений відомий шеринговий ресурс Airbnb. Окрім нього, протягом 2008—2010 років почали з'являтися перші платформи: The Hub London, TaskRabbit, Landshare тощо.

3. *Екологічні проблеми*, що змушують населення шукати нові шляхи збереження природних ресурсів. Зміна клімату, невинне виснаження ресурсів, ріст населення — усе це наголошує на потребі внесення нової моделі ведення бізнесу, яка була б більш стійкою за традиційну, а тому шерингова економіка сприймається як альтернатива з більш низьким впливом.

4. *Трансформація системи цінностей у свідомості людей: головною цінністю стає довіра*, що дозволяє людям розуміти важливість спільноти, бути ближчими і допомагати одне одному.

Система цінностей, яка сприяє індивідуалізму й особистому збагаченню, почали змінюватися. З'являється новий підхід у ставленні до споживання: споживач стає чутливішим до екологічних і етичних проблем.

Шерингова економіка спрямована на повторне використання товарів і скорочення кількості відходів [6].

На сьогодні у світовій практиці економіка спільного споживання представлена такими сферами, які можна згрупувати за п'ятьма напрямками (табл.).

Таблиця

Модель взаємодії та сфери поширення шерингових платформ

№ пор	Модель взаємодії	Сфера послуг	Інтернет-платформа
1.	Послуги транспорту (Peer-to-peer — P2P transportation)	Надання транспортних послуг	<i>Uber, UberX, Lyft, AvtoShare</i>
		Прокат автомобілів	<i>Relay Rides</i>
		Сервіс спільних поїздок	<i>Zimride, BlaBlaCar</i>
		Спільного використання велосипедів	<i>Boston's Hubway чи Chicago's Divvy Bikes</i>
2.	Оренда житла (Peer-to-peer — P2P accommodation)	Короткотермінова оренда житла по всьому світу	<i>Airbnb, HomeAway</i>
3.	Домашні послуги (On-demand household services)	Оренда інструменту та інших речей, продаж та обмін непотрібних або невживаних речей	<i>Ebay, Amazon, OLX, Плюшкін</i>
		Надання будь-яких послуг	<i>TaskRabbit, Kabanchik, Sorted</i>
		Пошук віддаленої роботи	<i>Freelance</i>
		Сервіс для спілкування мандрівників, готових привезти для бажаних потрібні сувеніри з подорожі	<i>Bringwasmit</i>
4.	Професійні послуги (On demand professional services)	Виробництво і продаж індивідуальних і раритетних речей	<i>Etsy, Crafta</i>
		Навчання і репетиторство, онлайн курси, тренінги	<i>P2PU, Skillshare, Sharing academy Coursera,</i>
		Послуги адміністрування, консалтинг і бухгалтерський облік, юридичні послуги тощо	<i>Khanacademy, Udemy</i>
		Послуги приватного пілота легкомоторного літака (2—6 пасажирів)	<i>Wingly</i>
		Реалізація надлишків приготовленої їжі	<i>Shareyourmeal, EatWith, Share city, Meal Sharing, VizEat</i>
		Оренда новорічних ялинок	<i>Happy Tree</i>
5.	Спільне фінансування (Collaborative finance)	Побутові та бізнесові позики	<i>Fixura, Lending Club</i>
		Краудфандинг (спільне фінансування проектів, стартапів, підприємств), сервіси знижок, Інтернет-аукціони, спільне користування лабораторіями	<i>LendingClub, Zopa, Indiegogo, Gofundme, CircleUp, Friendsurance, InsPeer</i>

Примітка. Згруповано автором на основі проведеного дослідження і джерел [9; 10].

Нині шерингові платформи активно розвиваються і є прибутковими.

Наприклад, в Європі доходи від шерингових платформ збільшилися утричі — з 1 млрд євро у 2013 році до 3,3 млрд євро у 2015 році, з

яких 1,169 млрд євро припадає на послуги транспорту і 1,150 млрд євро — на послуги з оренди житла.

Поширення шерингових платформ та їхній життєвий цикл зображено на рис.

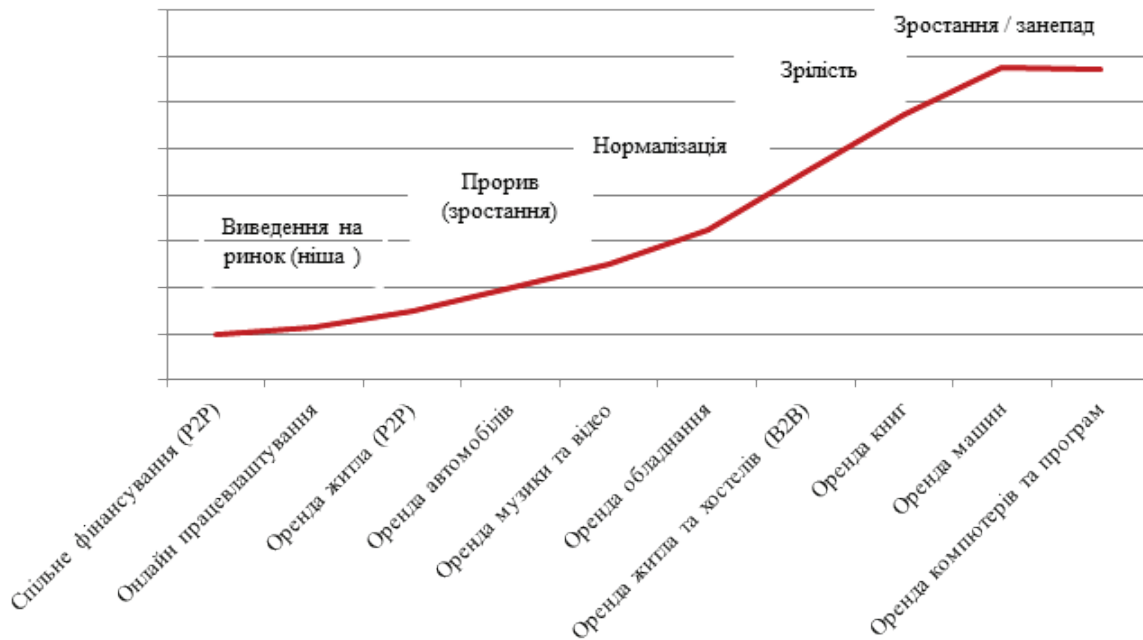


Рис. Життєвий цикл шерингових платформ

Примітка. Побудовано за результатами проведеного дослідження і звіту PWC analysis 2016 [9; 10].

Згідно з даними рис. на стадії зростання та зрілості лежать шерингові платформи: оренда житла і хостелів (B2B), оренда книг і машин. Перспективним напрямом подальшого розвитку шерингових платформ є оренда комп'ютерів, інформаційних технологій і розробок, програмного забезпечення.

За прогнозами досліджень Pricewaterhouse Coopers (PWC), розміри шерингової економіки в Європі перевищать мільярди доларів і її доходи зростуть до 335 млрд дол. США до 2025 року [3]. При цьому частка Великобританії 2025-го становитиме 15 млрд дол. США. У країнах Європи доходи від шерингових платформ будуть зростати, а обмін економічними операціями збільшиться більш ніж на 60 % [11]. Окрім країн Європи, США є також провідним центром платформ спільної участі. Згідно зі звітом Центру досліджень Pew (травень 2016 року), 72 % населення використовують шерингові та онлайн-сервіси [11].

За оцінкою компанії PWC, значний ріст до 2025 року очікується в сервісах спільного фінансування (P2P) — на 63 % та онлайн-працевлаштування — на 37 %.

У сервісах оренди житла (P2P) очікується збільшення на 31 % та оренда автомобілів — на 23 %.

Для подальшого стійкого розвитку шерингових платформ (сервісів) необхідно утримувати відповідні позиції — ніші на ринку, упроваджувати інноваційні розробки і підтверджувати унікальність свого ресурсу. Експерти прогнозують, що упровадження інновацій і нових розробок відбудеться серед двох найбільших платформ *Uber Eats* або *Airbnb's Trips*.

Так, компанія *Uber* (США, м. Сан-Франциско, 2010 р.) використовує додаток до смартфонів, щоб отримувати запити людей, які потребують транспортування, а потім надсилає ці запити своїм водіям, які здійснюють перевезення. Платформа працює у близько 270 містах у більш ніж у 60 країнах світу і розширюється з великою швидкістю. Нині компанія оцінюється в 51 млрд дол. США. З 2015 року компанія співпрацює з Університетом штату Аризона у сфері дослідження картографічної технології, а також з компанією *Google*. Структура *Uber* — унікальне поєднання транспортної компанії, мобільної

Інтернет-компанії та реального інжинірингу. Компанія *Uber* була названа одним із кращих майбутніх дебютів на ринку [13].

Другою найвпливовішою компанією шерингової економіки є *Airbnb* (США, м. Сан-Франциско, 2008 р.), яка пропонує 250 000 номерів у більш ніж 30 000 містах у 270 країнах світу. Сервісом користується більше ніж 4 млн чол. Компанія *Airbnb* 2016 року отримала прибутку 6,5 млрд дол. США [13].

В останні роки проекти шерингової економіки набувають популярність і в Україні. Так, проект *OLX* працює з 2007 року (до 2014-го під назвою *Slando*). *OLX* пропонує швидкий спосіб купувати, продавати чи обмінюватися товарами й послугами шляхом публікації оголошень. Станом на 2017 рік сервіс містить 11 млн оголошень і 8 млн користувачів України.

З 2014 року *Bla Bla Car* працює в Україні. Причому прийшов через купівлю українського стартапу «Подорожники».

Інший вітчизняний шеринговий стартап *Dressboom* узявся позбавити українок одвічної гардеробної проблеми «нема, що одягнути». Наступний сервіс виник за часів Майдану як механізм підвезення людей до головної площі Києва і має назву *Give Me A Lift* (Україна, 2014 р.). Нині сервіс налічує 1 944 зареєстрованих користувачів, які здійснили 4 235 поїздок загальною довжиною понад 35 тис. км.

У зв'язку з військовими діями і впливом масових переселенців виник ще один проект — *Susidi*. Сервіс пропонує створити привабливу персоналізовану інфографіку про пошук чи оренду житла, яку можна поширити в соціальних мережах.

Ще одним локальним проектом, запущеним в Україні, є *Preply*. Сервіс для підбору приватних репетиторів, який уже запущений в Україні, Польщі, Мексиці та Бразилії. Зараз на *Preply* представлені понад 30 тис. репетиторів і близько 70 тисяч учнів, є можливість вивчати 27 мов та ін.

Глобалізація та інформаційні технології дозволяють людям усього світу буди трохи ближче. Це стосується не тільки ділових відносин, а й простих людей, незнайомих один одному. Уже сьогодні репутації людини в онлайн спільноті достатньо, щоб довірити йому свою машину чи квартиру. І цей рівень довіри до незнайомих (за наявності в них надійної репутації в Інтернеті) буде тільки зростати.

Безумовно, поширення шерингових платформ у світі та Україні має позитивне значення

для повнішого і раціональнішого задоволення потреб, збереження довкілля, дистанційної зайнятості та отримання додаткових доходів. Група, яка могла б виграти від шерингових сервісів, — це люди похилого віку, які не використовують повною мірою активи (кімнати, автомобілі, інструмент, ретроплатівки тощо), з яких вони можуть заробляти гроші. Також цільовим сегментом можуть бути безробітні, одинокі батьки, студенти, діти.

Перспективним напрямом розвитку шерингової економіки та її платформ є розроблення більш ширшого спектра послуг і товарів. Економіка спільного використання ресурсів зростатиме, замінюючи традиційні компанії подібного сервісу. Цим компаніям потрібно рухатися з часом і зміщувати акцент із традиційної діяльності до інноваційної.

Традиційному бізнесові потрібно швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища і розглядати шерингову економіку як можливість знайти нові, стабільніші способи залучення споживачів, розробки нових проектів та технологій. Показовим є приклад співпраці *Tesla* з *Uber* щодо залучення електричних автомобілів у рамках оренди, розроблення бездротових механізмів входу для полегшення оренди автомобіля. Показовим прикладом є інноваційність компанії *Airbnb*, яка здійснює пошук особливих місць для своїх відвідувачів — унікальні місця, автентичні оселі, архітектурні споруди.

Економіка спільного споживання та її платформи стали найбільш зручним і дешевим способом донесення інформації до клієнта в порівнянні з традиційними. Ще однією перевагою шерингової економіки є можливість повторно-го використання товарів (ресурсів або благ), термін використання яких короткий (іграшки, DVD-приставки, апарати з реабілітації, ваги, розвиваючі килимки, пеленальні столи, дитячі велосипеди, інтерактивні іграшки тощо).

Інтернет-технології, смартфони із GPS дозволяють людям побачити, де розташована найближча орендована машина, соціальні мережі забезпечують спосіб перевірки людей і побудови довіри, онлайніві платіжні системи обробляють платежі. Таким чином, виникає потужний шеринговий взаємозв'язок між фізичною і віртуальною сферами життя.

Довіра, на якій будуються шерингові відносини, частково виключає форму ризику, дозволяючи взяти на себе добрі наміри інших, щоб відповідати вашим очікуванням (відгуки, огляди, оцінки). Деякі платформи перевіряють

ідентифікатор своїх учасників за допомогою інструментів ідентифікації (e-mail, ID).

Будь-яка шерингова платформа повинна ґрунтуватися на основних ключових позиціях: довірі, спільному споживанні, попиті на вимогу (рівний — рівному). Саме цих постулатів повинен дотримуватися будь-хто, хто хоче започаткувати бізнес спільної участі. Це бізнес, де технологія була використана на користь зниження трансакційних витрат на оренду іншим людям, але спрямований на отримання прибутку. Водночас бізнес, який не отримує прибуток, не буде тривати довго, навіть якщо має суспільно корисну мету. Економіка розподілу або спільної участі не втрутилась до великого бізнесу, а просто стала великим бізнесом сама по собі.

Однак саме в цьому і виникає загроза для національної економіки у формі втрат до бюджету: виникає проблема обліку та оподаткування цих додаткових доходів, переливання частини грошей у тінь, брак реальних механізмів відслідковування потоку грошей. Іншою проблемою, вже законодавчо-інституційного рівня, стають умови праці, офіційне працевлаштування учасників і гарантування якості отриманих товарів і послуг. Платформи знімають зі себе зобов'язання слідкувати за цим, наголошуючи на своїй виключній ролі посередника і перекладаючи відповідальність на виконавців і продавців. Єдине, що можуть забезпечити шерингові платформи,

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

Отже, шерингова економіка — це не просто поєднання наявних попиту і пропозиції за допомогою сучасних технологій. Це дійсно революція та переформатування концепції споживання внаслідок зміни системи цінностей від надмірного споживання до суспільного обміну і взаємодопомоги. Запорука подальшого розвитку шерингу в тому, що він виник еволюційним шляхом і буде зростати, розвиватися далі незалежно від дії уряду чи великих корпорацій. Головним, як показує світовий досвід, найбільш ефективним чинником розвитку шерингу залишаються довіра і відгуки споживачів, так зване «сарафанне радіо».

Список використаних джерел

1. Мотриченко В. М. Мегатренди глобального економічного розвитку [Електронний ресурс] / В. М. Мотриченко, В. І. Опалько // Фінансовий простір. — 2014. — № 4 (16). — С. 176—181. — Режим доступу : <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1404/14ovvmge.pdf>.
2. Рощина Н. В. Перспективи економіки спільної участі / Н. В. Рощина, Л. С. Борданова // Інвестиції: практика та досвід. — 2017. — № 22. — С. 19—21.
3. Шерингова економіка стає популярною в Європі та світі [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://reformsua.org/novini/372-sheringova-ekonomika-staepopulyarnoyu-v-evropi-ta-sviti.html>.
4. Botsman R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption / R. Botsman, R. Rogers. — HarperCollins Publishers, 2010. — 304 p.
5. Chase R. How People and platforms are Inventing the Collaborative Economy and Reinventing Capitalism [Electronic resource] / R. Chase. — New York : Public Affairs, 2015. — Available at : <http://www.robinchase.org/#peers-inc>.
6. Gansky L. The mesh: why the future of business is sharing [Electronic resource] / Lisa Gansky. — [б. м.] : Portfolio Penguin, 2010. — 165 p. — Available at : <https://informationdj.files.wordpress.com/2012/01/future-of-business-is-lisa-gansky.pdf>.
7. Kramer B. Shareology: How Sharing is Powering the Human Economy / B. Kramer. — [б. м.] : Morgan James, 2015. — 198 p.
8. Noreau J. The sharing economy: A black box [Electronic resource] / J. Noreau // Desjardins. Economic studies. — 2016. — № 26. — Available at : www.desjardins.com.

9. The Sharing Economy — Sizing the Revenue Opportunity. 2015 Megatrends Report [Electronic resource] // Pricewaterhouse Coopers. — 2015. — November. — Available at : <http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economysizing-the-revenue-opportunity.html>.
10. The Sharing Economy, Consumer intelligence Series [Electronic resource] // Price water house Coopers. — 2015. — 30 p. — Available at : <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwcconsumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>.
11. Sharing Economy and Collaborative Consumption: Definition, Statistics, Examples and 2017 Trends [Electronic resource] // Lovata. — 2017. — September 29. — Available at : <https://lovata.com/blog/sharing-economy-collaborative-consumption-definition-statistics-examples.html>.
12. Sundararajan A. The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism / A. Sundararajan. — Cambridge, MA : MIT Press, 2016. — 256 p.
13. Johnson, M. Uber's road to IPO: will it live up to the Hype? [Electronic resource] / Madeline Johnson // ZACKS. — 2017. — December, 8. — Available at : <https://www.zacks.com/stock/news/285431/ubers-road-to-ipo-will-it-live-up-to-the-hype>.

JEL Classification D13, G02

THE COMMON CONSUMPTION ECONOMY — NEW SYSTEM OF VALUES AND TRUST

KUKSA Valentyna,

Ph. D. in Economics,

Associate Professor of Department of Management and Information Technologies

Cherkasy Educational-Scientific Institute

of SHEI «Banking University»

e-mail: kuksavm15@gmail.com

Annotation. *The analysis of the essence of the economy of shared economy (sharing economy) and the reasons for its occurrence have been carried out. The model of interaction and features of co-operation of participant-users of sharing is considered. Areas of common sharing platforms and their life cycle are highlighted. The world and national experience of the development of the economy of common participation is researched. Perspective directions, segments of the economy of the common consumption are proposed and its main obstacles are considered.*

Key words: *sharing economy, economics of common participation, economy of common consumption, sharing platforms, economy of trust.*

The purpose of the article "The Economics of Common Consumption — The New System of Values and Trust" is to clarify the features of the emergence of a sharing economy, the platforms of common participation and the transformation of the value system.

The essence of the economy of the common participation (sharing economy) and the reasons for its emergence are analyzed in the paper. The views of domestic and foreign scientists on the interpretation of the essence, the role of the sharing economy and its platforms are researched. The model of interaction, ideology and features of cooperation of users of sharing is considered.

The main stages and factors that influenced the emergence of the economy of joint participation were identified in the course of the researching. The main factors include: development of communication technologies, equality of participants in social networks, crisis of 2008 and the lack of financial resources, need to preserve the environment, transformation of the system of values — from hyper consumption and personal enrichment to trust, savings, mutual assistance, common participation of sharing users.

The analysis of spheres of distribution and leading services of common using is carried out. By the way, their life cycle and income from the countries of Europe and the USA from using of the economy

of common participation are considered. The experience of the establishment and development of the most influential public access services Airbnb and Uber is researched. In addition, the domestic experience of the development of the sharing economy has been clarified.

The perspective directions and segments of the development of the economy of common participation, in particular: the necessity of interaction of business and sharing services, introduction of a wide range of services (goods), improvement of identification of users is proposed in the article. Among the perspective segments of users of sharing platforms are the elderly, unemployed, single parents, students, children.

Today, the sharing economy is not just a combination of existing demand and supply through modern technology. This is a really revolution and reforming the concept of consumption as a result of changing the value system from excessive consumption to social exchange and mutual assistance. The key to further developing the sharing belongs to it arising evolutionary and developing independently of the actions of the government or large corporations. The main thing is the trust and consumers' feedback, as the world experience shows, so-called "sarafan radio", that remains the most effective factor in the development of the economy of common participation.

References

1. Motrychenko, V. M., & Opalko, V. I. (2014). Mehatrendy hlobalnoho ekonomichnoho rozvytku [Megatrends of global economic development]. *Finansovyi prostir — Financial space*, 4, 176—181. Retrieved from <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1404/14ovvmge.pdf>.
2. Roshchyna, N. V., & Bordanova, L. S. (2017). Perspektyvy ekonomiky spilnoi uchasti [Prospects of the economy of joint participation]. *Investytsii: praktyka ta dosvid — Investments: practice and experience*, 22, 19—21.
3. Sherynhova ekonomika stae populiarnoiu v Yevropi ta sviti [The sharing economy is becoming more and more popular in Europe and in the world]. Retrieved from <http://reformsua.org/novini/372-sheringova-ekonomika-stae-populyarnoyu-v-evropi-ta-sviti.html>.
4. Botsman, R., Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Collins Publishers.
5. Chase, R. (2015). *How People and platforms are Inventing the Collaborative Economy and Reinventing Capitalism*. New York: Public Affairs. Retrieved from <http://www.robinchase.org/#peers-inc>.
6. Gansky, L. (2010). *The mesh: why the future of business is sharing*. Portfolio Penguin. England. Retrieved from <https://informationdj.files.wordpress.com/2012/01/future-of-business-is-lisagansky.pdf>.
7. Kramer, B. (2015). *Shareology: How Sharing is Powering the Human Economy*. Morgan James.
8. Noreau, J. (2016). The sharing economy: A black box. *Desjardins. Economic studies*, 26. Retrieved from www.desjardins.com.
9. The Sharing Economy — Sizing the Revenue Opportunity (2015). Megatrends Report — Pricewaterhouse Coopers: November. Retrieved from <http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economysizing-the-revenue-opportunity.html>.
10. The Sharing Economy, Consumer intelligence Series (2015). Pricewaterhouse Coopers. Retrieved from <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwccconsumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>.
11. Sharing Economy and Collaborative Consumption: Definition, Statistics, Examples and 2017 Trends. (2017). September 29. 19 p. Retrieved from <https://lovata.com/blog/sharing-economy-collaborative-consumption-definition-statistics-examples.html>.
12. Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. Cambridge, MA: MIT Press.
13. Johnson, M. (2017, December 8). Uber's road to IPO: will it live up to the Hype? *Zacks*. Retrieved from <https://www.zacks.com/stock/news/285431/ubers-road-to-ipo-will-it-live-up-to-the-hype>.