

3. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007. – 944 с.
4. Маршалл А. Принципы экономической науки. – М.: Прогресс, 1993. – 594 с.
5. Генкин Б.М. Основани экономической теории и методы организации эффективной работы / Б.М. Генкин. – М. : Норма, 2007. – 400 с.
6. Мокичев С.В., Рахматуллина Д.К. Трансформация системы потребностей в современной экономике. // Актуальные проблемы экономики и права. – 2012. – № 2. – С. 5-9. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-sistemy-potrebnostey-v-sovremennoy-ekonomike>
7. Туган-Барановский М. И. Психические факторы общественного развития / М. И. Туган-Барановский. – МирБожий. – СПб. – 1904. – № 8. – С. 2-28.
8. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб., 2002. – 480 с.
9. Психологія управління / Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. Підручник. 3-тє вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 664 с.
10. Окландер М. А. Поведінка споживача: навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 208 с.

Сафарова Е.Р.

студентка;

Єліссєва Л.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ШЕРИНГОВА ЕКОНОМІКА ЯК НОВА ПАРАДИГМА СПОЖИВАННЯ

На фоні загального розвитку комунікаційних технологій з'явилося таке явище як шерингова економіка або економіка спільного споживання.

На сьогодні економіка спільного споживання є однією із провідних платформ для реалізації ринкових відносин. Укріпленню її позицій сприяє те, що в основу шерингу закладені зрозумілі кожному постулати: 1) економія часу та ресурсів, 2) економічна вигода через отримання доходу, 3) раціональне споживання [1].

На думку Р. Ботсман, автора книги «What's Mine Is Yours: Rise Of Collaborative Consumption» («Наступ епохи спільного споживання»), шерингова економіка виникла і розвивається завдяки чотирьом основним рушійним силам: 1) піринговим соціальним мережам (заснованих на рівності всіх учасників) та технологіям реального часу, які радикально змінюють поведінку більшості населення; 2) появі соціальних мереж, що дала змогу не лише розвивати свій бренд, а й стала міцною платформою для просування шерингових кампаній в усьому світі; 3) кризи, від якої потерпає економіка та суспільство; 4) екологічним проблемам [2]. Найвідоміші проекти в шеринговій економіці стартували невдовзі після кризи кінця 2008 р.

Після світової фінансової кризи суспільство зрозуміло, що варто переходити від гіперспоживання, характерного для ХХ ст., до тренду ХХІ ст. – спільного споживання.

Перехід до спільного споживання має за мету обмін між суб'єктами економічних відносин, який допоможе зменшити накопичення непотрібних речей, кількість сміття, а тим самим значно зменшити забруднення екологічного середовища.

Крім того, люди стали більше довіряти одне одному й частіше допомагати ближньому. Напевно, це пов'язано з ефективним функціонуванням комунікаційних інтернет-платформ, які швидко та якісно обслуговують одну одну. Як свідчать результати власного дослідження VlaVlaCar – лідера світового райдшерингового

сервісу – рівень довіри до сусідів складає 42%, в той час як людині з надійним профілем на BlaBlaCar довіряють 88% опитаних [1].

У традиційних бізнес-компаній виникають песимістичні очікування з приводу того, чи не зменшить шерингова економіка кількість їх клієнтів. Наприклад, поява сервісу Airbnb в Техасі у 2008 р. спричинила падіння цін на послуги готелів приблизно на 6%. Але з іншого боку, зниження цін на проживання в привабливому для туристів місті стимулює потік відвідувачів [2]. Унаслідок функціонування шерингових компаній, збільшується прибуток закладів громадського харчування, розважальних закладів, зростає надходження податків до бюджету, тому не варто стверджувати лише про занепад традиційного бізнесу. Фактично відбувається переконфігурація економіки і перенаправлення грошових потоків.

Сьогодні успішними шеринговими платформами є BlaBlaCar (оренда автомобілів), Airbnb (оренда квартир), OLX (оренда, купівля та продаж речей), Bringwasmit (сервіс для спілкування мандрівників, готових привезти для бажаючих необхідні сувеніри з подорожі), Happy Tree (оренда новорічних ялинок) та інші. Такі майданики на власному прикладі показують як ріст довіри людей один до одного трансформується у потенціал довіри до подібного сервісу і, відповідно, у фінансовий капітал. При цьому все більше власників починають бачити сенс не у самому володінні певною річчю, а у можливості розпоряджатися цим володінням ефективно, тобто отримувати конкретний дохід від такого володіння. Для споживача в такій ситуації економічно більш вигідно не купувати таку річ, а заплатити її власнику за тимчасове використання [3].

PricewaterhouseCoopers прогнозує, що вже до 2025 р. доходи від сервісів спільного споживання перевищуватимуть величину \$335 млрд (для порівняння – доходи країн ЄС від туризму у 2014 році склали \$422,6 млрд.) [4].

О. Лазоренко, керівник BlaBlaCar в Україні та Росії, вважає, що людина завжди залучена у процес шерингу – ще з часів натурального обміну. «Вигоду на обміні ми освоїли ще в дитинстві, коли міняли фантики на цукерки або брали в одного велосипед замість ігрової приставки. Тільки якщо раніше все обмежувалося колом близьких, рідних і знайомих, то сьогодні глобалізація й технології дозволяють ці кордони розширити. Важливо лише сформувати довіру на глобальному рівні», – пояснює він [5]. За його словами, цей тренд буде домінувати у світі ще як мінімум п'ять років. На початковому етапі шерингові сервіси не вимагають великого штату. Так, у BlaBlaCar працюють лише 400 осіб у 22 країнах.

Шеринг – економіка з душею. Учасники активно формують атмосферу взаємодії і самі визначають, із ким мати справу. Скажімо, користувачі провідної райдшерингової платформи BlaBlaCar в 95 випадках із 100 не підвозять пасажирів, що не мають фото у своєму профілі. Можна стверджувати, що шеринг – це екосистема з природним саморегулюванням. До речі, саме таке самостійне регулювання вважають ефективнішим за державне 64% опитаних PwC громадян.

Таким чином, на ідеях шерингу будується нова світова соціально-економічна система. Шеринг – не просто поєднання наявних попиту та пропозиції за допомогою сучасних технологій. Це дійсно революція та переформатування концепції споживання внаслідок зміни парадигми. Запорука подальшого розвитку шерингу в тому, що він виник еволюційним шляхом. Головним і, як показує світовий досвід, найбільш ефективним рушієм лишається так зване «сарафанне радіо». А у випадку із шерингом ключова складова – це високий рівень довіри між аудиторією цього «радіо».

Список використаних джерел:

1. Еволюція довіри: як шерингова економіка руйнує світові кордони [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economica.com.ua/finance/article/63922122.html>

2. Як шерингова економіка змінює світ [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2016/09/5/603709/>
3. Шерингова економіка: від довіри до революції [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу:
4. Шерингова економіка стає популярною в Європі та світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://reformsua.org/novini/372-sheringova-ekonomika-stae-populyarnou-v-evropi-ta-sviti.html>
5. Андрусяк О. Вигідно поділилися: що таке шерингова економіка по-українськи / О. Андрусяк, М. Ормоцадзе [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://forbes.net.ua/ua/business/1412542-vigidno-podililisya-shcho-take-sheringova-ekonomika-po-ukrayinski>