

ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 330.88; 339.138

JEL classification: M31, O30, R41

DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.01.055>

Неля ІВАНЕЧКО,

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу,
Західноукраїнський національний університет,
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46009, Україна,
e-mail: n.ivanechko@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7444-0717>

Олена БОРИСЯК,

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри маркетингу,
Західноукраїнський національний університет,
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46009, Україна,
e-mail: o.borysiak@wunu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4818-8068>

Ірина ЛЕОНОВА,

студентка 4 курсу ОС «бакалавр» факультету економіки і управління,
Західноукраїнський національний університет,
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46009, Україна,
e-mail: leoira199@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6371-8237>

ТРАНСПОРТНИЙ ШЕРИНГ: МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ

Іванечко Н., Борисяк О., Леонова І. Транспортний шеринг: маркетингові аспекти.
Вісник економіки. 2021. Вип.1. С. 55–65. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.01.055>

© Неля Іванечко, Олена Борисяк, Ірина Леонова, 2021.

Ivanechko N., Borysiak O., Leonova I. (2021). Transportnyi sherynh: marketynhovi aspekty. [Transport sharing]. *Visnyk ekonomiky – Herald of Economics*, 1, 55–65. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.01.055>

Анотація

Вступ. Економіка спільного споживання є однією з найбільш швидкозростаючих сегментів світової економіки, темпи зростання якої мало сповільнилися у 2020 р. Передумовами для збільшення споживчого попиту в цій сфері є не тільки економія і зручність, а й доступність онлайн-технологій у будь-яких умовах. Сучасні технології зумовили розвиток транспортного шерингу. Всі форми шерингу об'єднані спільною ідеєю і за допомогою Інтернет-платформ здійснюється обмін споживчими цінностями.

Мета дослідження визначення перспектив та застосування наявних шеринг-моделей на українському ринку транспортних послуг.

Методи дослідження охоплюють загальнонаукові та емпіричні прийоми економічної науки. Використано методи системного аналізу і синтезу, порівняння, зведення та групування.

Результати дослідження. Розглянуто основні поняття шерингової економіки, а саме: колівінг, коворкінг, краунфандинг, каршеринг, кікшеринг, карпулінг. Проаналізовано вітчизняний ринок транспортного шерингу та виявлено низький рівень розвитку цієї сфери, на відміну від світового ринку. Виявлено переваги та недоліки каршерингу та кікшерингу. Зокрема, переваги каршерингу: ефективне та економне використання транспортного засобу; зниження навантаження на навколишнє середовище; цілодобовий доступ до автомобілів; у вартість послуги включено пальне, мийка та амортизація транспорту. Переваги кікшерингу: не потрібно водійських прав; маневрений; самокати можна залишати в будь-яких місцях; пристрій тримає зарядку на 45 км; легкий та доступний в управлінні. Недоліки каршерингу: необхідно мати посвідчення водія; потрібно брати і залишати авто на спеціалізованих парковках; низька доступність у регіонах; процедура каршерингу прив'язана до інтернету; заборонено перевозити великі обсяги вантажу, речей і тварин. Недоліки кікшерингу: не комфортно у холодну та дощову пору року; не можна виїжджати за межі позначеної зони; підвищується рівень небезпеки під час опадів; складно перевозити багаж.

Щодо прогнозування доходу, то для каршерингу пропонуємо розраховувати шляхом додавання сум добутків множення: кількості транспортних засобів окремого виду на кількість поїздок протягом дня; на вартість однієї поїздки; на кількість днів у відповідному звітному місяці (періоді). Проте, слід мати на увазі, що у каршерингу на відміну від кікшерингу значно більша витратна частина на амортизацію й обслуговування транспортного засобу.

Перспективи. У майбутніх дослідженнях плануємо розглянути особливості велошерингу та скутершерингу та перспективи їхнього розвитку на українському ринку транспортних послуг.

Ключові слова: шерингова економіка, транспортний шеринг, каршеринг, маркетинг, поведінка споживачів, транспортні послуги.

Формул: 0; рис.: 0; табл.: 4; бібл.: 14.

Nelia IVANECHKO,

Ph.D, Associate Professor at the Department of Marketing
West Ukrainian National University,
11, Lvivska Street, Ternopil, 46009, Ukraine,
e-mail: n.ivanechko@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7444-0717>

Olena BORYSIK,

Ph.D, Department of Marketing
West Ukrainian National University,
11, Lvivska Street, Ternopil, 46009, Ukraine,
e-mail: o.borysiak@wunu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4818-8068>

Iryna LEONOVA,

4th year student of OS "Bachelor"
of the Faculty of Economics and Management, West Ukrainian National University,
11, Lvivska Street, Ternopil, 46009, Ukraine,
e-mail: leoira199@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6371-8237>

TRANSPORT SHARING: MARKETING ASPECTS

Abstract

Introduction. *The consumer economy is one of the fastest growing segments of the world economy, with little growth in 2020. Prerequisites for increasing consumer description in this area are not only the economy and convenience, but also the availability of Internet technologies in all conditions. Modern technologies have led to the development of transport sharing. All forms of sharing are united by a common idea and consumer prices are exchanged via the Internet platform.*

Purpose. *The goal of our research is to determine the prospects and application of existing sharing models in the Ukrainian market of transport services.*

Methods of research include general scientific and empirical techniques of economics. Methods of system analysis and synthesis, comparison, compilation and grouping are used.

Results of the research. *Consider the basic concepts of sharing economy, namely: coliving, coworking, crown funding, car sharing, kick sharing, carpooling. The domestic transport sharing market is analyzed and the low level of development of this sphere is revealed, in contrast to the world market. The advantages and disadvantages of car sharing and kick sharing are revealed. In particular, the advantages of car sharing: efficient and economical use of the vehicle; reducing the burden on the environment; round-the-clock access to cars; the price of the service includes fuel, washing and depreciation of transport. Advantages of kick sharing: no driver's license required; maneuvering; scooters*

can be left anywhere; the device keeps charging for 45 km; easy and accessible to operate. Disadvantages of car sharing: it is necessary to have a driver's license; you need to take and leave the car in specialized parking lots; low availability in the regions; the car-sharing procedure is tied to the Internet; it is forbidden to transport large volumes of cargo, things and animals. Disadvantages of kick sharing: not comfortable in the cold and rainy season; it is impossible to leave outside the marked zone; the level of danger at precipitations increases; it is difficult to carry baggage.

Regarding income forecasting, for car sharing we propose to calculate by adding the sums of multiplication products: the number of vehicles of a particular type on the number of trips during the day; for the cost of one trip; by the number of days in the relevant reporting month (period). However, it should be borne in mind that car-sharing, in contrast to kick-sharing, is much more expensive to depreciate and maintain the vehicle.

Perspectives. *In future research we plan to consider the features of bicycle sharing and scooter sharing and their prospects for development in the Ukrainian market of transport services.*

Keywords: *sharing economy, transport sharing, car sharing, marketing, consumer behavior, transport services.*

Formula: 0; Fig.: 0; table.: 4; bibl.: 14.

Постановка проблеми. Протягом останнього часу уважного ставлення дослідників потребує питання транспортного шерингу, оскільки сьогодні ритм усім галузям задає «sharing есоному». Особлива роль у розвитку шерингової економіки належить інноваційним технологіям та цифровізації суспільства. Саме поява смартфонів, мобільних додатків і технологій реального часу змінила споживчу поведінку людей та маркетингову діяльність компаній. Також глобальна урбанізація привела до перегляду умов життя у місті на засадах збереження довкілля [1]. Водночас економічно активне та платоспроможне покоління міленіалів не готове витратити більше грошей за зручність та свій час за можливість купити багато різних товарів хорошої якості. Більше того, наступне молодше покоління Z байдуже до реклами типу «ти цього достойний», адже вони не поклоняються брендам. І покоління міленіалів, і покоління Z роблять ставку не на володіння, а на користування матеріальними благами. Зокрема, покоління Z живе у колівінгах, працює у коворкінгах, для пересування використовує каршеринг, кікшеринг, карпулінг тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показує, що окремі питання шерингової економіки розкрито в наукових працях Л. Лессига, Р. Ботсмен, К. Ріхтера, А. Сандараряна. Українські вчені С. В. Поліщук, В. О. Шишкіна, А. О. Гура, Т. Г. Гуцан, Д. В. Сотніков проводили дослідження платформ шерингової економіки, які функціонують в Україні та закордоном, проте транспортному шерингу не приділено достатньо уваги [2, 3]. У статті О. М. Дзюби досліджуються передумови формування та специфіки функціонування бізнес-моделі лише компанії Uber [4]. Тому важливо розглянути питання транспортного шерингу з точки зору особливостей та перспектив розвитку каршерингу і кікшерингу на вітчизняному ринку транспортних послуг.

Метою статті є визначення маркетингових перспектив та застосування наявних шеринг-моделей на українському ринку транспортних послуг.

Формулювання цілей статті. Для реалізації мети поставлено такі завдання: розглянути основні поняття шерингової економіки; проаналізувати реалії українського ринку транспортного шерингу; з'ясувати переваги та недоліки каршерингу та кікшерингу; сформулювати висновки щодо маркетингового розвитку каршерингу та кікшерингу в містах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економіка спільного споживання або шерингова економіка – це соціоекономічна система, заснована на спільному користуванні людськими та фізичними ресурсами. У широкий вжиток термін увійшов більше 10 років тому. Одним з перших його почав використовувати гарвардський професор Лоуренс Лессиг, автор книги *Remix*, що була опублікована в 2008 р. [5, 6]. У праці науковця стверджується, що з поширенням Інтернету економіка стала «гібридною» і шеринг є новим напрямком, який активно розвивається у багатьох сферах діяльності людини. Тому перед маркетологами стоїть новий виклик щодо розуміння та прогнозування поведінки споживачів, адже економіка спільного споживання зачіпає більшість сфер повсякденного життя, змінюючи методи транспортування (Uber, BlaBlaCar, Bolt), умови життя в подорожах (Airbnb), способи розваги та навчання (Netflix, Youtube), виконання завдань (TaskRabbit), пошук фінансування (Kickstarter). Водночас в українській мові з'являються нові слова іншомовного походження (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення понять шерингової економіки

Поняття	Визначення	Приклади компаній
Колівінг (англ. coliving – спільне проживання)	Це тип спільноти, що надає формат спільного проживання для людей зі спільними намірами. Відмінна риса такого типу житла – це спільні заходи, як прийом їжі або комунікація в загальних житлових зонах.	WeLive, Common (США), The Collective Old Oak (Великобританія), Colivium (Росія), Domivka Coliving (Україна).
Каршеринг (англ. carsharing – спільне використання автомобіля)	В класичному варіанті каршеринг – це володіння автомобілем разом з іншою людиною або людьми, тобто володіння часткою авто з правом користуватися.	Car2Go (Німеччина), Modo (Канада), Share Now, Zipcar (США), BelkaCar (Росія), Getmancar (Україна), Eldan (Ізраїль), Greenwheels (Нідерланди).
Кікшеринг (англ. kick scooter – самокат)	Це система короткострокової оренди самокатів і електросамокатів за аналогією з каршерингом.	Bird, Spin (США), Lime (Франція), Grow Mobility (Мексика), Eleven (Білорусь), Youdrive Lite (Росія), Getmancar (Україна), Felyx (Нідерланди).
Коворкінг (англ. co-working – спільно працювати)	У широкому сенсі – це модель організації роботи людей, найчастіше фрилансерів, з різним типом зайнятості у єдиному робочому просторі; у вузькому – колективний офіс.	NeueHouse (США), Crew Collective (Канада), The Work Project Midtown (Китай), The Great Room, Centennial Tower (Сінгапур), Ministry of New (Індія), Creative States (Україна).

продовження таблиці 1

Краудфандинг (англ. crowdfunding, crowd – громада, гурт, юрба, funding – фінансування)	Фінансування громадою, співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через Інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій.	Kickstarter (США), Ulule (Франція), Crowdculture (Швеція), Goteo (Іспанія), Derev (Італія), Wemakeit (Швейцарія).
Карпулінг (англ. car – автомобіль, pool – об'єднання)	Спільне використання приватного автомобіля за допомогою сервісів з пошуку попутників.	BlaBlaCar.

Джерело: систематизовано авторами на основі [5, 6, 7, 8].

Економіка спільного споживання розвивається не лише під впливом соціальних, економічних, екологічних, демографічних, інноваційних та інших факторів, а й сама впливає на різні сторони економічного зростання. Під її впливом створюються нові ринки товарів та послуг, а також збільшується ефективність економіки загалом. Розширення сфер спільного використання стимулює до якісних змін і розвитку традиційних напрямків. Зокрема, транспортний шеринг охоплює прокат електровелосипедів, електросамокатів, електроскутерів, електромобілів.

Один з найбільш швидкозростаючих сегментів економіки спільного споживання є каршеринг, який поєднав розробників програмного забезпечення, маркетологів, працівників техсервісів та клієнтської підтримки з метою набуття нового досвіду, покращення екології, розвитку інновацій, зменшення заторів на автошляхах, надання свободи під час пересування міським простором. Для покращення транспортної ситуації на автошляхах у містах-мільйонниках жителям пропонують відмовитися від власного автомобіля і пересісти на каршеринг.

В Україні каршеринг працює лише у Києві, Дніпрі та Одесі. У грудні 2020 р. в Івано-Франківську запровадили експериментальний клубний каршеринг IFsharing для резидентів і друзів Промприлад.Реновація [9]. Автори сервісу – нещодавно створене ТОВ «Оресунд», співмешканці по коворкінгу на Промприладі. На українському ринку працюють лише дві місцеві каршерингові компанії – GetmanCar та Mobilecar.

Компанія GetmanCar продає програмне забезпечення для шерингу; франшизи каршерингу, кікшерингу, велошерингу; бере в оренду приватні автомобілі для каршерингу [10]. Компанія діє лише на ринку Києва та Дніпра.

Mobilecar – локальна компанія каршерингу в Одесі, автопарк якої складається лише з електромобілів Nissan Leaf [11].

Тарифна сітка у кожного оператора окрема, для електромобілів максимальний пробіг за поїздку не вказано (табл. 2).

Таблиця 2

Тарифи на послуги каршерингу в Україні

Час	GetmanCar (Київ, Дніпро)	Mobilecar (Одеса)	IFsharing (Івано-Франківськ)
1 год.	75 грн. (пробіг 10 км)	200 грн.	–
2 год.	–	–	100 грн. (пробіг 25 км)

продовження таблиці 2

5 год.	–	500 грн.	–
6 год.	–	–	250 грн. (пробіг 80 км)
8 год.	–	700 грн.	–
12 год.	–	–	450 грн. (пробіг 180 км)
Доба	850 грн. (пробіг 100 км)	899 грн.	–

Джерело: розроблено авторами з використанням [9, 10, 11].

В Одесі додатково надається послуга замовлення електрокару за адресою (вартість 100 грн). Бронювання в GetmanCar та IFsharing безкоштовне, в Mobilecar – безкоштовно лише 10 хв.

Для підвищення культури водіння маркетологами компаній транспортного шерингу використовуються телеметричні дані, щоб обмежувати водіїв, які практикують небезпечну манеру їзди, а також цифровий скоринг (оцінювання) та облік манери водіння під час тарифікації, щоб заохотити найбільш відповідальних водіїв. Впровадження цифрової репутації підвищує безпеку і знижує аварійність автомобілів каршерингу. Також застосовується технологія 3D-верифікації особи водія, яка повністю блокує спроби несанкціонованого доступу до автомобіля.

На відміну від світового ринку послуг каршерингу, в Україні простежується низький рівень розвитку цієї сфери. Таким чином, можна очікувати створення нових місцевих компаній транспортного шерингу або прихід глобальних гравців, проте виникає питання щодо платоспроможності населення України в містах, де менше 1 млн жителів, та їхньої готовності до користування каршерингом, кікшерингом, велошерингом. Тому завдання маркетологів – визначити правильний формат транспортного шерингу для обласних центрів з урахуванням поведінки споживачів та їхньої купівельної спроможності.

В Україні, як уже вказувалося вище, наразі працює лише дві каршерингові компанії. Крім того, на українському ринку функціонують європейська транспортна платформа Bolt та сервіс Kiwi, вони пропонують швидкі, зручні та доступні поїздки на авто і прокат електросамокатів. Зокрема, Bolt та Kiwi пропонують франшизу електросамокатів (кікшеринг) для міст України. На відміну від них, українська компанія GetmanCar пропонує франшизу на каршеринг. GetmanCar також пропонує підприємцям допомогу щодо запуску власного каршерингу, кікшерингу та велошерингу. Це обумовлено тим, що компанія володіє власним програмним забезпеченням для будь-якого шерингового проєкту.

Влітку 2020 р. у Києві кікшеринг запустили транспортна платформа Bolt і сервіс Kiwi (табл. 3).

Таблиця 3

Тарифи на послуги кікшерингу в Україні

Послуги	Bolt	Kiwi
Розблокування	29 грн.	15 грн.
1 хв. у робочий день	2.90 грн.	2.50 грн.
1 хв. у вихідний день	4.90 грн.	3.50 грн.
Цілий день	600 грн.	-

Джерело: розроблено авторами на основі [12, 13].

З таблиці очевидно, що прокат електросамоката у платформи Bolt для споживача виходить дорожче, ніж у сервісі Kiwi.

Варто зважати на те, що на поведінку споживачів під час вибору засобу для пересування міським простором, впливають такі переваги та недоліки транспортного шерингу (табл. 4).

Таблиця 4

Порівняння каршерингу та кікшерингу

Види сервісу	Переваги	Недоліки
Каршеринг	<ol style="list-style-type: none">1. Зручно на великі відстані;2. На користування не впливають погодні умови та пора року;3. Широкий вибір асортименту авто;4. Можливість протестувати різні марки автомобілів.	<ol style="list-style-type: none">1. Необхідно мати посвідчення водія.2. Потрібно брати і залишати авто на спеціалізованих парковках.3. Низька доступність у регіонах.4. Процедура каршерингу прив'язана до інтернету.5. Заборонено перевозити великі обсяги вантажу, речей і тварин (за правилами каршерингу).
Кікшеринг	<ol style="list-style-type: none">1. Не потрібно водійських прав.2. Маневрений, можна оминати корки.3. Самокати можна залишати в будь-яких місця, де зручно.4. Пристрій тримає зарядку на 45 км – можна об'їхати багато місць.5. Легкий та доступний в управлінні.	<ol style="list-style-type: none">1. Не комфортно у холодну та дощову пору року.2. Їзда на тротуарі завдає небезпеку для пішоходів.3. Не можна виїжджати за межі позначеної зони, інакше самокат блокується.4. Підвищується рівень небезпеки при опадах.5. Складно перевозити багаж.

Джерело: розроблено авторами.

З огляду на переваги і недоліки можна зробити висновок, що кікшеринг охоплює як клієнтів з водійським посвідченням, так і без нього, водночас він легкий в управлінні, що розширює коло споживачів транспортної послуги. Протягом останніх років, згідно з дослідженням П'ятого муніципального опитування від групи «Рейтинг» [14], інфраструктура багатьох обласних центрів України суттєво покращилася, зокрема

Тернополя, Івано-Франківська, Львова, Луцька, Вінниці, що дає змогу безпечно пересуватися тротуарами та дорогами міст на електросамокатах.

Вважаємо, що для міст з населенням менше 1 млн осіб кікшеринг є альтернативою каршерингу, оскільки потребує менших затрат для початку бізнесу. Мінімальна вартість електросамоката, придатного для шерингу, – 12 600 грн, вартість обслуговування відсутня, але є LTV кожного девайсу, яке становить 69 днів. Для каршерингу в Україні вартість нового бюджетного автомобіля з автоматичною коробкою починається від 310 000 грн. Поточне техобслуговування автомобіля складає 1500 грн на кожні 10 000 км, якщо без додаткових поломок. Кількість автомобілів розраховується від регіону, є мінімальний старт і реальна наповнюваність. Мінімальний старт для будь-якого обласного центру становить від 20–30 автомобілів.

Висновки. Результати здійсненого аналізу дають змогу зробити висновок, що перед маркетологами постають такі завдання: збільшити рівень обізнаності щодо транспортного шерингу; проінформувати населення про каршеринг і кікшеринг; розказати про їхні переваги; збільшити мотивацію до відповідального ставлення до орендованого автомобіля чи самоката. Щодо прогнозування доходу, то для каршерингу пропонуємо розраховувати шляхом додавання сум добутків множення: кількості транспортних засобів окремого виду на кількість поїздок протягом дня; на вартість однієї поїздки; на кількість днів у відповідному звітному місяці (періоді). Проте, слід мати на увазі, що у каршерингу на відміну від кікшерингу значно більша витратна частина на амортизацію й обслуговування транспортного засобу.

Перспективи подальшого дослідження. У межах отриманих результатів можна намітити перспективу подальшого дослідження у напрямі розвитку велошерингу та скутершерингу.

Література

1. Ivanechko N., Borysova T., & Monastyrskyi G. Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2020. Issue 4(35), P. 507–513. URL: <https://doi.org/10.18371/fcstp.v4i35.222527> (дата звернення: 04.01.2021).
2. Поліщук С. В. Шерингова економіка в Україні як спосіб вирішення проблеми обмеженості ресурсів громадян. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 3 (39). С. 23–26.
3. Гура А. О., Гуцан Т. Г., Сотніков Д. В.. Можливості та перспективи розвитку шерингової економіки в Україні. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*. Серія : Економіка. 2018. Вип. 18. С. 14–27.
4. Дзюба О. М., Матвієнко К. М. Аналіз особливостей функціонування і розвитку економіки спільної участі на прикладі бізнес-моделі компанії UBER. *Науковий журнал*. 2017. Вип. 5. С. 116–124.
5. Лессиг Л. Ремикс: Искусство и торговля процветают в гибридной экономике. URL: <https://archive.org/details/LawrenceLessigRemix/page/n13/mode/2up> (дата звернення: 04.01.2021).

6. Botsman R. What's Mine Is Yours: Rise Of Collaborative Consumption. URL: <http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy> (дата звернення: 04.01.2021).
7. What is the Sharing Economy? URL: <https://truust.io/blog/what-is-the-sharing-economy/> (дата звернення: 05.01.2021).
8. Mack J., Koegel J., Cho Y. Advantages and disadvantages of car sharing. URL: <https://carsharingfl2.wordpress.com/2015/05/12/advantages-anddisadvantages-of-car-sharing/> (дата звернення: 05.01.2021).
9. Офіційний сайт компанії «IFsharing». URL: <https://www.ifsharing.oresund.solutions/contacts> (дата звернення: 05.01.2021).
10. Офіційний сайт компанії «Getmancar». URL: <https://getmancar.com.ua/> (дата звернення: 06.01.2021).
11. Офіційний сайт компанії «Mobilecar». URL: <https://mobilecar.com.ua/> (дата звернення: 06.01.2021).
12. Офіційний сайт «Bolt». URL: <https://bolt-ua.com/> (дата звернення: 06.01.2021).
13. Офіційний сайт «Kiwi». URL: <https://www.kiwi.com/> (дата звернення: 06.01.2021).
14. Соціологічна група «Рейтинг». URL: <http://ratinggroup.ua/ru/> (дата звернення: 06.01.2021).

References

1. Ivanechko, N., Borysova, T., & Monastyrskiy, G. (2020). Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. Issue 4 (35), 507-513. Retrieved from: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i35.222527> [in English].
2. Polishchuk, S. V. & Shyshkina, V. O. (2017). Sherynhova ekonomika v Ukraini yak sposib vyrishennia problemy obmezhenosti resursiv hromadian [Sharing economy in Ukraine as a way of solving the problem of limited resources of citizens]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, – Bulbtin of Berdyansk University of management and Business 3 (39), 23–26 [in Ukraine].
3. Hura A. O., Hutsan T. H., Sotnikov D. V. (2018). Mozhlyvosti ta perspektyvy rozvytku sherynhovoi ekonomiky v Ukraini. [Opportunities and prospects for the development of the sharing economy in Ukraine]. Zbirnyk naukovykh prats Kharkivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni H.S. Skovorody «Ekonomika» - Collection of scientific works of Kharkiv National Pedagogical University named after GS Fryng pans "Economy", 18. 14-27 [in Ukraine].
4. Dziuba O. M, Matviienko K. M. (2017). Analiz osoblyvostei funktsionuvannia i rozvytku ekonomiky spilnoi uchasti na prykladi biznes-modeli kompanii UBER [Analysis of the peculiarities of the functioning and development of the economy of joint participation on the example of the business model of UBER]. *Naukovi zhurnal – Scientific journal*, 5, 116-124 [in Ukraine].
5. Lessyh L. Remyks: Yskusstvo y torhovlia protsvetaiut v hybrydnoe ekonomyke. [Remix: Art and Commerce Thrive in a Hybrid Economy] Retrieved from: <https://archive.org/details/LawrenceLessig Remix/page/n13/mode/2up> [in Russian].

6. Botsman, R. What's Mine Is Yours: Rise Of Collaborative Consumption. Retrieved from: <http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy> [in English].
7. What is the Sharing Economy? Retrieved from: <https://truust.io/blog/what-is-the-sharing-economy/> [in English].
8. Mack J., Koegel J., Cho Y. (2016). Advantages and disadvantages of car sharing. Retrieved from: <https://carsharingfl2.wordpress.com/2015/05/12/advantages-and-disadvantages-of-car-sharing/> [in English].
9. Ofitsiyniyi sait kompanii Getmancar [Official site of Getmancar]. Retrieved from: <https://getmancar.com.ua/> [in Ukraine].
10. Ofitsiyniyi sait kompanii Mobilecar [Official site of Mobilecar]. Retrieved from: <https://mobilecar.com.ua/> [in Ukraine].
11. Ofitsiyniyi sait kompanii IFsharing [Official site IFsharing]. Retrieved from: <https://www.ifsharing.oresund.solutions/contacts> [in Ukraine].
12. Ofitsiyniyi sait Bolt [Bolt official site]. Retrieved from <https://bolt-ua.com/> [in Ukraine].
13. Ofitsiyniyi sait Kiwi [Official Kiwi website]. Retrieved from: <https://www.kiwi.com/> [in Ukraine].
14. Sotsiologichna hrupa «Reitynh» [Sociological group «Rating»]. Retrieved from: <http://ratinggroup.ua/ru/> [in Ukraine].

Статтю отримано 4 лютого 2021 р.
Article received February 4, 2021