

DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-79-88

*Чернухина Г.Н., канд. экон. наук, доцент, Университет «Синергия», г. Москва, Gchernukhina@synergy.ru*

# Трасформация и тенденции потребления в современной шеринговой модели бизнеса

JEL: D11, D12, D69, УДК: 338.012

С каждым годом в мировой экономике появляется все больше разнообразных товаров и услуг, а новые технологии делают их доступными. Бизнес из жизни реальной перемещается в виртуальную.

В статье рассматриваются современное состояние и тенденции развития шеринговой экономики как модели бизнеса. Изначально шеринг-экономика предполагала обмен между людьми, но бизнесмены быстро научились использовать растущую популярность тренда. Компании стали предоставлять площадки для совместного пользования товарами.

Растущее число мобильных и онлайн-платформ, которые эффективно связывают людей, имеющих недоиспользованные активы, с людьми, которые хотят их использовать, позволяет широко рекламировать и продавать товары. В экономике совместного использования роль потребителя меняется на двустороннюю, причем потребители выступают в качестве покупателей и поставщиков ресурсов.

Под шеринг-экономикой автор понимает такую социальную модель, где происходит осознанный отказ от частной собственности в пользу коллективной, причем отказ этот связан не с недостатком денежных средств, а с желанием расширить свои возможности.

Экономика совместного потребления на сегодняшний день затрагивает большинство сфер повседневной жизни, меняя методы транспортировки (Uber, BlaBlaCar, «Делимобиль»), условия жизни в путешествиях (Airbnb), способы развлечения (Netflix, Youtube), выполнения задач (TaskRabbit), финансирования (Kickstarter) и т. д.

Продолжив исследование, автор выявил, что ряд предпосылок повлиял на возникновение и развитие данной бизнес-модели, например, развитие сети Интернет, изменение мышления в пользу более открытого и доверительного (например, поездка с незнакомыми людьми на BlaBlaCar), отсутствие желания долго копить на приобретение собственности, урбанизация и др.

**Ключевые слова:** шеринговая модель бизнеса, экономика совместного потребления, шеринг-экономика, sharing-economy, совместное потребление, P2P, P2C

## Введение

**А**ктуальность исследования состоит в том, что современные шеринговые платформы предоставляют выход на широкую аудиторию, которая готова к покупке. Такие платформы становятся настоящими маркетплейсами.

С развитием цифровой экономики происходит как преобразование старых бизнес-моделей, так и появление новых. Одним из трендов в области новых бизнес-моделей

является экономика совместного потребления (sharing economy), трансформирующая привычный характер потребления благ, а в перспективе и жизнь общества в целом.

Термин «совместное потребление» используется для описания экономической модели, основанной на коллективном использовании товаров и услуг, бартере и аренде вместо владения. В настоящее время экономика совместного использования стала зонтичным термином, охватывающим не только файлообмен и программное обеспечение

с открытым кодом, но и краудфандинг, пиринг и другие формы блокчейна.

*Постановка проблемы.* Экономика совместного потребления в наше время получила широкое распространение, затрагивая большинство сфер повседневной жизни, меняя методы транспортировки, условия жизни в путешествиях, способы развлечения, образования, выполнения задач, финансирования и т. д. По нашему мнению, понятие экономики совместного потребления шире, чем шеринг (от английского слова share — делиться), так как включает также и компании, действующие на B2B-рынках, что дает еще большие возможности для роста рассматриваемой бизнес-модели и ее распространения.

*Целью* данной работы является исследование экономики совместного потребления как самостоятельной, динамично развивающейся модели бизнеса.

В соответствии с целью в данной статье основной практической *задачей* является анализ трансформации шеринговой экономики в новых бизнес-моделях фирм в современных условиях, а также динамики и тенденций рынка экономики совместного потребления в России.

Шеринг-экономика (sharing economy) — это модель, основанная на совместном использовании недоиспользуемых активов от пространства до навыков для получения денежных или неденежных выгод. В настоящее время об этом в основном говорят в отношении P2P-рынков, но равные возможности заключаются и в моделях B2C.

*Гипотезой* исследования является то, что sharing economy трансформирует современный бизнес, позволяя людям делиться тем, чем они обладают, с другими участниками процесса. Привычное нам единоличное владение вещами, частная собственность, бартер, аренда все больше заменяются услугами: «шеринг», «совместное пользование».

Исследовав рынки и отрасли, в которых в настоящее время распространена экономика совместного потребления, автор при-

шел к выводу, что данная модель универсальна, ее применение возможно на B2B-, B2C- и P2P-рынках во множестве отраслей.

*Методы исследования.* Исследование проводилось на основе комплексного подхода, основанного на таких научных методах, как системный и процессный. Использовались также материалы информационных, исследовательских и аналитических агентств. Проведен анализ, систематизация и обобщение полученных материалов.

### Степень разработанности проблемы

Со времен появления натурального обмена люди делились друг с другом имеющимися благами. Первым общественным деятелем, который предложил идею совместного использования вещей — гигномики, стал профессор Гарвардского университета Йохай Бенклер. Так он называл ситуацию, когда каждый член общества заинтересован лишь в собственной выгоде. То есть раньше люди думали исключительно о себе (в глобальном смысле, отдельные альтруисты существовали всегда). Теперь же ситуация изменилась. Благодаря сетевым технологиям люди могли использовать принадлежащие им вещи совместно [4].

Также концепцию совместного потребления предложили экономисты Рэйчел Ботсман и Ру Роджерс в книге «What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption» (2010). В данном исследовании принято понимание данного термина Рейчел Ботсмен, первооткрывателя теории в области экономики совместного потребления и эксперта по данной тематике, автора ряда статей, а также соавтора работы «What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live.» («Все мое — твое: как экономика совместного потребления меняет нашу жизнь»). В соответствии с трактовкой Р. Ботсмен «экономика совместного потребления — экономическая модель, основанная на обмене, торговле и аренде продуктов и услуг,

позволяющая получить доступ к собственности, не обладая ей» [16].

Таким образом, шеринговая модель меняет привычный способ потребления, исключает необходимость обладания вещами или конкретными навыками для того, чтобы получить выгоду от пользования ими. «Вам не нужна дрель, вы используете ее 3% времени. Вам нужна дырка в стене», — знаменитые слова Ботсмен во время выступления на конференции TEDxSydney, иллюстрирующие, какую ценность несет экономика совместного потребления по сравнению с менее эффективной моделью владения.

Выступая на конференции TED, Ботсман назвала sharing economy новой социально-экономической моделью, которая «революционизирует наше потребление товаров и услуг».

Также среди первых исследователей конструкции бизнес-модели шеринга можно назвать Бойда Козна и Яна Кицманна, которые в статье «Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy» («Езжай! Бизнес-модели мобильности для экономики обмена», 2014) раскрывают понятие бизнес-модели для компаний, действующих в сегменте транспортного шеринга, а именно

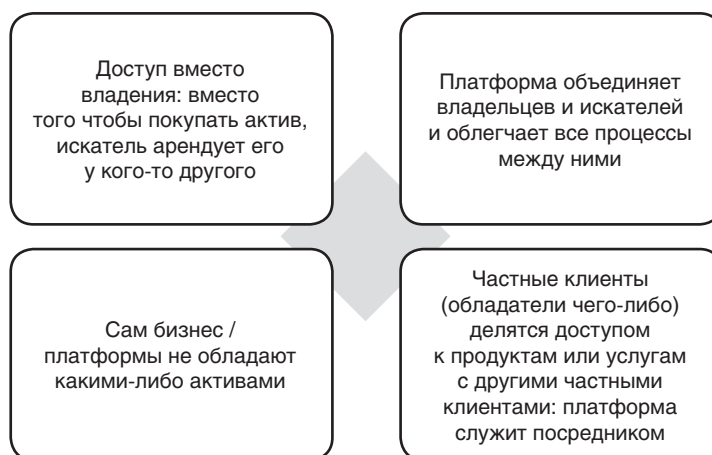
каршеринга, райдшеринга и шеринга велосипедов [15].

Если при классической модели экономических отношений потребитель думает только о себе и все старается приобретать в собственность (а вдруг пригодится), новая модель основана на рационализме. Идея заключается в том, что потребителю часто выгоднее и удобнее платить за временный доступ к продукту, чем владеть им.

Экономика совместного использования, или совместное использование на основе равноправия, — это концепция, которая подчеркивает способность и, возможно, предпочтение отдельных людей арендовать или брать займы товары, а не покупать и владеть ими.

Идеи шеринговой экономики стали привлекательными для людей со средними доходами. Дешевая аренда жилья, поездки, множество мелких услуг, обмениваться которыми можно через интернет, сдача активов в аренду другим людям — это то, что люди делают много лет [14].

Но с появлением интернета стало проще связывать владельцев и искателей со своим активом [11]. Это также называется одноранговой арендой (P2P).



**Рис. 1.** Особенности бизнес-модели sharing-economy  
 Fig. 1. Features of the sharing-economy business model

Автор выделяет основные особенности бизнес-модели sharing-economy (рис. 1).

Важным критерием экономики совместного использования является то, что она позволяет частным лицам монетизировать активы, которые не используются в полной мере и варьируются от крупных товаров, таких как автомобили и дома, до таких продуктов, как инструменты и одежда. Экономисты считают, что меняется сама модель потребления: зачем всю жизнь копить, чтобы владеть теми или иными благами, если можно пользоваться ими совместно уже сегодня.

За последние несколько лет экономика совместного использования эволюционировала, и теперь она служит всеобъемлющим термином, который относится к множеству онлайн-экономических транзакций, которые могут даже включать взаимодействие между предприятиями (B2B) [2]. Другие платформы, которые присоединились к экономике совместного использования, включают в себя (рис. 2):

В России на сегодняшний день имеется множество возможностей для совместного потребления [5]. В отечественной нише прижились и с успехом работают отделения таких международных платформ, как сервис краткосрочной аренды Airbnb, сервис

по поиску попутчиков BlaBlaCar, сервис по аренде вещей Rentmania, Uber, каршеринг «Делимобиль» и другие. На рисунке 3 представлены наиболее популярные в России платформы экономики совместного потребления.

В России постепенно появляются правила ведения бизнеса для участников шеринг-экономики. С 2019 г. действует налоговый режим для самозанятых. Закон, регулирующий его, нацелен в том числе на то, чтобы вывести в легальное поле от 13 млн до 20 млн человек, работающих на себя, многие из которых пользуются для поиска клиентов шеринг-сервисами. Самозанятые ищут клиентов с помощью специализированных онлайн-платформ или через объявления-классифайды. Таким образом российские интернет-пользователи, включенные в шеринг-экономику, становятся легальными участниками экономического процесса [6].

Как шеринговая осознанность может повлиять на бизнес-модели? Мы можем построить новый, «непотребительский» рынок. B2C, B2B, B2G, G2B, C2C — традиционные форматы бизнес-отношений. Формально понятие «потребитель» несет в себе только B2C и C2C, но все эти модели имеют



**Рис. 2.** Платформы, входящие в шеринговую модель бизнеса

**Fig. 2.** Platforms included in the business sharing model

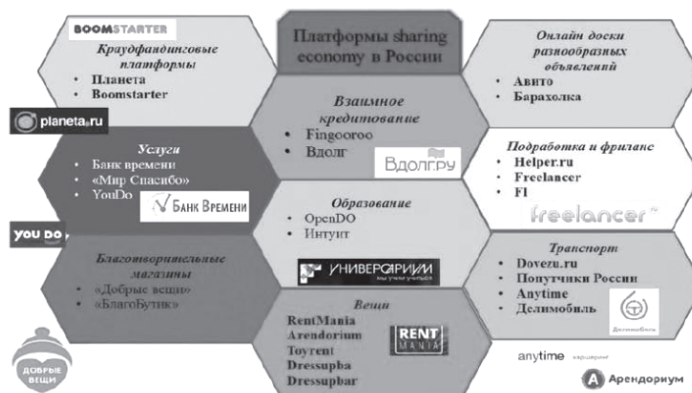


Рис. 3. Популярные платформы совместного потребления в России

Fig. 3. Popular platforms for collaborative consumption in Russia

поставщика услуг и его получателя, как правило, пассивного.

Можно выделить топ-5 секторов экономики совместного пользования в России: C2C-продажи, P2P-услуги, каршеринг (почасовая аренда автомобилей), карпулинг (совместные поездки на частном автомобиле) и краткосрочная аренда недвижимости.

Объем транзакций по секторам шеринг-экономики в России в 2019 г. представлен на рисунке 4.

Экономика совместного потребления в последние годы демонстрировала рост во всем мире. По данным РАЭК, в прошлом году объем рынка sharing-экономики в России превысил 769 млн рублей.

Пандемия не отменила тренд на осознанное потребление, а только укрепила его: самоизоляция простимулировала рост осознанных временных покупок. При этом формирование привычки к доставке «до двери» позволило расширить географию вовлеченности в экономику совместного потребления. В то же время страх заразиться стимулирует рост спроса на шеринг товаров и услуг, которые позволяют этого избежать. Например, в Китае операторы сервисов краткосрочной аренды велосипедов сообщили о трехкратном росте поездок во время пандемии [13]. Стремясь избежать поездок в общественном транспорте, люди ищут аль-

тернативный безопасный и дешевый способ передвижения. В России во время самоизоляции стремительно возрос спрос на аренду загородной недвижимости. Возможность уехать из города, где плотность социальных взаимодействий (а значит, и риск заражения) выше, привлекла многих.

Люди хотели соблюдать самоизоляцию, избегать общественных мест и городского транспорта. Росла и C2C-торговля — самый масштабный на российском рынке сегмент экономики совместного потребления. Сервисы онлайн-объявлений — классифайды — ключевая площадка для этого направления, и к июню 2020 г. на «Авито» стало на 44% больше покупателей, чем год назад.

Таким образом, эксперты, предрекающие крах шеринга на фоне развития коронавируса, поторопились: далеко не все направления понесли убытки, а страх заразиться даже спровоцировал интерес к некоторым сегментам экономики совместного потребления.

Кризис, вызванный пандемией, в очередной раз продемонстрировал бизнесу, как важна гибкость и насколько хрупкими могут оказаться на первый взгляд стабильные системы [2].

Во время вспышки коронавируса дорогостоящие офисы стояли пустыми, принося только убытки. Сформированные цепочки



Рис.4. Объём транзакций по секторам шеринг-экономики в России в 2019 г. [10]

Fig. 4. Transaction volume by sharing economy sectors in Russia in 2019 [10]

поставок нарушались, на одних рабочих направлениях возникала нехватка рабочих рук, а на других — избыток.

Согласно данным Gartner, треть компаний за время пандемии отказались от постоянных сотрудников в пользу внештатных (фрилансеров или консультантов, нанятых для реализации конкретного проекта) [14].

Всеобщий вынужденный переход к удаленному формату работы спровоцировал ускорение перехода к гигономике (экономике свободного заработка) в широком смысле — от фриланса через сервисы uber-типа до найма высококвалифицированных сотрудников на временные проекты или позиции, которые предполагают частичную занятость.

Это выгодно и работодателям, и сотрудникам [7]. Первым это дает возможность рациональнее распределять ресурсы, а вторым — успешно сотрудничать сразу с несколькими компаниями в разных проектах.

Пандемия ускорила переход к распределенным моделям бизнеса: передача дел на

аутсорсинг, workforce-шеринг (временное перераспределение сотрудников из менее загруженных сфер бизнеса в более нуждающиеся в рабочей силе).

Во время пандемии компании, которым нужны были дополнительные сотрудники (сервисы доставки, онлайн-магазины), принимали на временную работу людей из наиболее пострадавших от коронавируса отраслей. Например, «Магнит» заявил о готовности предоставить временные рабочие места сотрудникам «Шоколадницы», KFC и Burger King.

Динамика рынка экономики совместного потребления в России в 2017–2019 гг. представлена на рисунке 5.

В то время как Uber и Airbnb понесли потери доходов, другие компании процветали, а некоторые компании использовали возможности, созданные пандемией. Такие компании, как Instacart, DoorDash и Shipt, которые доставляют продукты, заказы на вынос из ресторанов и товары для магазинов, соответственно, создали новые рабо-

чие места, и бизнес процветает. И служба доставки Amazon Flex теперь активно участвует в этом процессе. И поскольку модель шеринг-экономики несколько защищена во времена кризиса, маловероятно, что пандемия приведет к сильному падению экономики совместного использования.

Предприятия, не выдержавшие испытание пандемией, скорее всего, уйдут из своего основного бизнеса в поисках новых рынков, клиентов или новых ниш. В некоторых случаях пандемия могла создать новые рыночные возможности. Airbnb, например, стремится подчеркнуть долгосрочную аренду жилья, которая может быть менее подвержена блокировкам и ограничениям на поездки. Globe, платформа для почасовой аренды комнат, находит новый рынок среди всех тех, кто работает из дома. В настоящее время они эффективно работают на рынке конференц-залов drop-in.

Таким образом, проблемы, стоящие перед Uber и Airbnb, являются не проблемами, присущими экономике совместного использования, как утверждают некоторые отчеты, а проблемами индустрии путешествий и гостеприимства. В условиях пандемии резко сократились и традиционные виды потребительского транспорта — воздушный, желез-

нодорожный, автобусный и автомобильный (такси). Аналогичным образом гостиничная индустрия столкнулась с низкой заполняемостью отелей, и можно прогнозировать всплеск слияний и поглощений.

Шеринг в России изначально активнее всего развивался в мегаполисах, генерирующих высокий уровень спроса и предложения. Согласно результатам опроса, проведенного в июне «Авито Авто», 9% россиян, у которых раньше не было автомобиля, после пандемии задумались о его покупке, а 3% планировали отказаться от личного автомобиля, но передумали.

Обозначая тенденции шеринговой модели бизнеса, важно отметить, что пандемия показала бизнесу, что все стабильное ненадежно. Цепочки поставок были нарушены из-за транспортных ограничений. Зависимость рабочих процессов от личного присутствия сотрудников на работе привела к трудностям адаптации к удаленному доступу. Дорогие офисные помещения пустовали, не принося ничего, кроме дополнительных расходов.

Пандемия укрепила тренд: во время самоизоляции привыкать пользоваться онлайн-платформами и заказывать товары с доставкой пришлось всем. Потенциальная



Рис. 5. Динамика рынка экономики совместного потребления в России в 2017–2019 гг. [9]

Fig. 5. Market dynamics of the shared consumption economy in Russia in 2017–2019 [9]

аудитория шеринг-сервисов стала шире и платежеспособнее. Увеличивается аудитория шеринг-сервисов и за счет укрепления привычки к онлайн-потреблению.

В постпандемическом мире лидирует распределенная модель организации бизнеса, где все можно быстро перестроить, а совместное использование сотрудников, помещений и транспортных активов снова станет выгодным решением.

Эксперты McKinsey прогнозируют, что к 2025 г. половина мировой экономики будет задействована в совместных моделях потребления. Потенциал роста объема рынка шеринговой экономики, по оценке PricewaterhouseCoopers (PwC), значительно выше текущего: отрасль способна вырасти до 335 млрд долл. к 2025 г. за счет пяти ключевых секторов: путешествий, совместного использования автомобилей, финансов, поиска персонала и потоковой передачи музыки и видео.

## Заключение

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод: в основе шеринг-экономики лежит идея, что люди могут извлекать взаимную выгоду из продуктов и услуг, которыми они в данный момент не пользуются.

Отметим, что в современных условиях одна из главных особенностей экономики совместного потребления — активное использование интернета [8]. Для упрощения и ускорения транзакций используются специализированные интернет-платформы (например, сервисы каршеринга или интернет-биржи фрилансеров) или сервисы онлайн-объявлений (классифайды), которые помогают устанавливать прямые, без посредников, связи между потребителями и поставщиками товаров и услуг.

Пандемия коронавируса негативно сказалась на всех отраслях экономики. Одна из пострадавших сфер — исследуемая нами экономика совместного потребления. Пре-

жде всего, важно признать, что последствия карантина по причине COVID-19 для экономики совместного использования не являются однородными. Тренд на коллективную эксплуатацию вещей и услуг активно развивается во всем мире. Однако из опасений заразиться люди начали отказываться от идеи общественного использования нужного товара и снова вернулись к концепции его приобретения.

По мнению автора, экономика совместного потребления имеет много преимуществ, которые большинство людей должны принимать во внимание. Она приобрела популярность на протяжении многих лет благодаря своему удобству. Несмотря на убытки, которые многие шеринг-сервисы продолжают нести из-за пандемии, бизнес-модели, основанные на совместном потреблении, актуальны. Экономика совместного использования будет возвращаться, но кризис может ускорить текущие изменения в экономике совместного использования.

Итак, в соответствии с целью и задачей был проведен анализ. В результате исследования нами выявлено, что экономика совместного потребления представляет собой бизнес-модель, меняющую существующую действительность, наши привычки и восприятие собственности. Эта бизнес-модель позволяет получить необходимый продукт или результат без обладания правом собственности на специфический предмет и использовать его совместно с другими людьми.

## Выводы

Распространение шеринг-экономики создает новые модели владения. Активно развивается подписочная модель обладания. Это ниша, на которую могут обратить внимание как крупные субъекты бизнеса, так и стартапы.

Шеринг дает возможность перестроить внутренние бизнес-процессы, чтобы повысить эффективность и гибкость компании: организация труда, подход к осуществле-



нию доставки — то, что можно перестроить за счет шеринга.

По нашему мнению, существует необходимость в том, чтобы платформы совместного использования экономики изменили и диверсифицировали свои доходы в сторону более прибыльных отраслей будущего — искусственного интеллекта и данных.

Точно так же, как крупные существующие платформы обновляют свои предложения, вполне вероятно, что совместное использование будет применяться к соответствующим отраслям.

### Список литературы

1. Астахов В.В., Хабаров В.И. Определение эффективной стратегии повышения конкурентоспособности наукоемкого предприятия // Современная конкуренция. 2019. Т. 13. №2 (74). С. 120–129.
2. Володин В.В., Дмитриев А.Г., Хабаров В.И. Специфика риск-менеджмента при совершении международных сделок слияний и поглощений в сегменте B2B, FM сервисов и услуг // Научное обозрение: теория и практика. 2019. №2. С. 94–108.
3. Чернухина Г.Н., Чернухин А.М. Инструменты реализации инвестиционной стратегии интегрированной торговой системы // Проблемы теории и практики управления. 2019. №10. С. 83–94.
4. История развития гигэкономики [Электронный ресурс]. — URL: <http://biznesvbloge.ru/biznes-ideya-chto-takoe-gigonomika/> (дата обращения: 15.09.2020).
5. Каманина Р.В., Чернухин А.М. Выявление и анализ проблем стратегического развития потенциала торгового предприятия // Проблемы теории и практики управления. 2020. №1. С. 94–102.
6. Курганова Н.Ю., Чернухин А.М. Современные программы продвижения в розничных торговых сетях // Проблемы теории и практики управления. 2019. №12. С. 60–68.
7. Косарева О.А. Современные тенденции развития розничной торговли. Перспективные форматы розничных магазинов // Бизнес. Образование. Право. 2019. №1 (46). С. 193–197.
8. Чернухина Г.Н., Ермоловская О.Ю. Развитие человеческого капитала как фактор повышения конкурентоспособности предпринимательских структур в России // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. №1 (77). С. 48–57.
9. Российская интернет-экономика: рост на паузу [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.unkniga.ru/vistavki-konferents/10932-rossiyskaya-internet-ekonomika-rost-na-pauzu.html> (дата обращения: 20.09.2020).
10. Такой тотальный шеринг: прокатные услуги набирают обороты [Электронный ресурс]. — URL: [https://www.dp.ru/a/2020/09/04/Takoj\\_totalnij\\_shering](https://www.dp.ru/a/2020/09/04/Takoj_totalnij_shering) (дата обращения: 15.09.2020).
11. Храмова А.В. Использование цифровых технологий в современном маркетинге / Доступность банковских и иных финансовых услуг как правовой принцип эффективного функционирования публичных и частных финансов: материалы международной научно-практической конференции: [сб. науч. трудов]: под ред. Е. В. Покачаловой. Саратов: Саратовская государственная юридическая академия, 2019. С. 184–188.
12. Шеринговая экономика вырастет в десять раз к 2025 году [Электронный ресурс]. — URL: <https://vc.ru/future/71329-sheringovaya-ekonomika-vyrastet-v-desyat-raz-k-2025-godu> (дата обращения: 20.09.2020).
13. Экономика совместного потребления после COVID-19 [Электронный ресурс]. — URL: <https://plus-one.rbc.ru/economy/ekonomika-sovmestnogo-potrebleniya-posle-covid-19> (дата обращения: 18.09.2020).
14. Kamanina R. Innovative technological potential as the basis of mining regions sustainable development in the era of knowledge / O. Kalenov, S. Kukushkin, R. Kamanina; E3S Web of Conferences. 2019. — URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201910504028>.
15. Cohen B. Kietzmann J. Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy / Organization & Environment. 2014. Vol. 27(3).
16. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. Rachel Botsman, Roo Rogers Paperback. 2011. February, 1.
17. <https://rb.ru/opinion/sharing-economy-business/> (дата обращения: 18.09.2020).

### References

1. Astakhov V.V., Khabarov V.I. Definition of an effective strategy for increasing the competitiveness of a high-tech enterprise. Modern competition, 2019, vol. 13, no. 2 (74), pp. 120–129.
2. Volodin V.V., Dmitriev A.G., Khabarov V.I. specifics of risk management in international mergers and acquisitions in the segment of B2B, FM radio services and services// Scientific review: theory and practice, 2019, no. 2, pp. 94–108.
3. Chernukhina G.N., Chernukhin A.M. Tools for implementing the investment strategy of the integrated trading system Problems of management theory and practice, 2019, no. 10, pp. 83–94.
4. The history of higenamine. — URL: <http://biznesvbloge.ru/biznes-ideya-chto-takoe-gigonomika/> (accessed: 15.09.2020).
5. Chernukhin A.M., Kamanina R.V. Identification and analysis of problems of strategic development of the potential of a commercial enterprise. Problems of theory and practice of management. Moscow, Publishing house: international media group, 2020, no. 1, pp. 94–102.
6. Kurganova N. Yu., Chernukhin A.M. Modern promotion programs in retail trade networks. Problems of management theory and practice. Moscow, Publishing house: international media group, 2019, no. 12, pp. 60–68.
7. Kosareva O.A. Modern trends in retail trade development. Promising retail store formats. Business. Education. Right, 2019, no. 1 (46), pp. 193–197.
8. Chernukhina G.N., Ermolovskaya O. Yu. Development of human capital as a factor of increasing the competitiveness of business structures in Russia Modern competition, 2020, vol. 14, no. 1 (77), pp. 48–57.
9. The Russian Internet economy: growth on pause// information and analytical portal. URL: <http://www.unkniga.ru/vistavki-konferents/10932-rossiyskaya-internet-ekonomika-rost-na-pauzu.html>

- unkniga.ru/vistavki-konferents/10932-rossiyskaya-internet-ekonomika-rost-na-pauzu.html (accessed: 20.09.2020).
10. Such total sharing: rental services are gaining momentum. Electronic resource: url: [https://www.dp.ru/a/2020/09/04/Takoj\\_totalnij\\_shering](https://www.dp.ru/a/2020/09/04/Takoj_totalnij_shering) (accessed 15.09.2020)
  11. Khramova A. V. The Use of digital technologies in modern marketing. Accessibility of banking and other financial services as a legal principle of effective functioning of public and private Finance. In the collection of scientific papers on the materials of the international scientific and practical conference. Edited by E. V. He shook his head. Publishing house: Saratov state law Academy, 2019, pp. 184–188.
  12. The Sharing economy will grow tenfold by 2025. URL: <https://vc.ru/future/71329-sheringovaya-ekonomika-vyrastet-v-desyat-raz-k-2025-godu> (accessed: 20.09.2020).
  13. Economy of joint consumption after covid-19 electronic resource. URL: <https://plus-one.rbc.ru/economy/ekonomika-sovmestnogo-potrebleniya-posle-covid-19> (accessed: 18.09.2020).
  14. Kamanina R., Kalenov O., Kukushkin S. Innovative and technological potential as the basis for sustainable development of mining regions in the age of knowledge. In the collection: e3s Web of Conferences, 2019. — URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201910504028>.
  15. Cohen, B. Kitsmann, J. Business models of mobility for the sharing economy. Organization and environment, 2014, vol. 27(3).
  16. What belongs to me belongs to you: the growth of shared consumption. Rachel Boatswain, Ru Rogers Paperback, 2011, February, 1.
  17. <https://rb.ru/opinion/sharing-economy-business/> (accessed: 18.09.2020).

DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-79-88

*Chernukhina G.N., PhD., Associate Professor, University "Synergy", Moscow, Russia, Gchernukhina@synergy.ru*

## Trasformation and consumption trends in the modern sharing business model

Every year, more and more diverse goods and services appear in the global economy, and new technologies make them available. Enhanced onlaynizatsiye business — the transition from offline to online.

The article discusses the current state and trends in the development of the sharing economy as a business model. Initially, the sharing economy assumed an exchange between people, but businessmen quickly learned to use the growing popularity of the trend. Companies began to provide platforms for sharing goods.

The growing number of mobile and online platforms that effectively connect people who have underutilized assets with people who want to use them, allows you to advertise and sell products widely. In the sharing economy, the role of the consumer is changing to a two-way one, with consumers acting as buyers and suppliers of resources.

By "sharing economy" the author understands such a social model, where there is a conscious rejection of private property in favor of collective, and this refusal is associated not with a lack of money, but with a desire to expand their capabilities.

The economy of shared consumption today affects most areas of everyday life, changing the methods of transportation (Uber app, BlaBlaCar, Delimobil), living conditions in travel (on Airbnb), ways of entertainment (Netflix and YouTube, etc.), performing tasks (TaskRabbit itself), financing (Kickstarter), etc.

Continuing the research, the author found that a number of prerequisites influenced the emergence and development of this business model, for example, the development of the Internet, a change in thinking in favor of a more open and trusting (for example, a trip with strangers to the BlaBlaCar site), a lack of desire to save for a long time to purchase property, urbanization, etc.

**Keywords:** sharing business model, shared consumption economy, sharing economy, exchange economy, shared consumption, P2P, P2C

**About authors:** Chernukhina G.N., PhD., Associate Professor

**For citation:** Chernukhina G.N. Trasformation and consumption trends in the modern sharing business model. *Journal of Modern Competition*, 2020, vol. 14, No. 3(79), pp. 79–88 (in Russian, abstr. in English).