

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
імені С.З. ГЖИЦЬКОГО

Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування

Кафедра туристичного бізнесу та гостинності

Допускається до захисту

“ ____ ” _____ 2025р.

В.о. зав. кафедри _____

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

студентки Гаврилів Романи Юріївни

на тему:

ЕКОНОМІКА СУМІСНОГО КОРИСТУВАННЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА
РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

на присвоєння кваліфікації – **Бакалавр з туризму**

Керівник роботи _____

к.е.н., доц. Калайтан Т.В.

Львів – 2025

АНОТАЦІЯ

Гаврилів Р.Ю. Економіка сумісного користування та її вплив на розвиток індустрії гостинності: Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: (242 «Туризм») / ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького. Кафедра туристичного бізнесу та гостинності. Наук. кер.: Т.В. Калайтан, к.е.н., доцент. Львів, 2025. 47 с.

У роботі розглянуто зміст економіки сумісного користування та фактори впливу. Визначено зв'язок економіки сумісного користування та неформальної економіки в індустрії гостинності. Узагальнено сучасні світові тенденції економіки сумісного користування. Визначено вплив економіки сумісного користування на сектор проживання, сектор харчування, транспортний сектор. Досліджено зарубіжну практику зниження впливу економіки сумісного користування на формування неформальної економіки індустрії гостинності.

Ключові слова: економіка сумісного користування, неформальна економіка, сектор харчування, сектор проживання, транспортний сектор, індустрія гостинності.

© Р.Ю. Гаврилів 2025

© ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького 2025

ANNOTATION

Havryliv R.Iu. Sharing economy and its impact on the development of the hospitality industry: Qualification work for the first (bachelor's) level of higher education: (242 «Tourism») / S. Hzhyskyi LNUVMB. Department of Tourism. Scientific supervisor: T.V. Kalaitan, PhD in Economics, Associate Professor. Lviv, 2025. 47 p.

The qualification work examines the content of the sharing economy and its influencing factors. The relationship between the sharing economy and the informal economy in the hospitality industry is determined. The current global trends in the sharing economy are summarised. The impact of the sharing economy on the accommodation sector, the catering sector, and the transport sector is determined. The foreign practice of reducing the impact of the sharing economy on the formation of the informal economy of the hospitality industry is studied.

Keywords: sharing economy, informal economy, catering sector, accommodation sector, transport sector, hospitality industry.

© Havryliv R.Iu. 2025

© S. Hzhyskyi LNUVMB 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
Розділ 1. Теоретичні основи економіки сумісного користування	5
1.1 Економіка сумісного користування: зміст, фактори впливу	5
.	
1.2 Економіка сумісного користування $\geq$ в індустрії гостинності	16
. та її зв'язок з неформальною економікою	
Розділ 2. Економіка сумісного користування та розвиток індустрії гостинності	23
2.1 Вплив економіки сумісного користування на сектор проживання	23
.	
2.2 Вплив економіки сумісного користування на сектор харчування	29
.	
2.3 Вплив економіки сумісного користування на транспортний сектор	38
.....	
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48
ДОДАТКИ	52

ВСТУП

Економіку сумісного користування можна описати як економічну модель, в якій товари і ресурси спільно використовуються окремими особами і групами таким чином, що фізичні активи стають послугами. Зростання економіки сумісного користування було полегшене завдяки досягненням у сфері великих даних та онлайн-платформ. Економіка сумісного користування - одне з найбільш швидкозростаючих ринкових явищ в історії.

Економіка сумісного споживання має значний вплив на індустрію гостинності: пропонуючи альтернативні способи доступу до розміщення, транспорту та інших послуг, пов'язаних із подорожами. Такі платформи, як Airbnb і Couchsurfing, пов'язують мандрівників з окремими людьми, що пропонують свої будинки або вільні кімнати, тоді як сервіси спільних поїздок, як Uber і місцеві альтернативи, надають варіанти транспортування. Це призвело до більш доступних, різноманітних і персоналізованих подорожей, що вплинуло як на традиційний готельний бізнес, так і на загальне туристичне середовище.

Питання економіки сумісного користування індустрії гостинності є предметом наукових інтересів багатьох практиків та науковців у всьому світі: С. Хео, Бенклер Ю., Ботсман Р., Еванс Д., Хенрікс Х., Кім Б, Кандампуллі Дж., Калайтан Т., Зурек К. та інші. Разом з тим вплив економіки сумісного користування на розвиток індустрії гостинності потребує подальшого додаткового дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження економіки сумісного користування, визначення її впливу на розвиток індустрії гостинності та дослідження зарубіжного досвіду обмеження впливу економіки сумісного користування на формування неформальної економіки в індустрії гостинності. Досягнення мети кваліфікаційної роботи передбачає вирішення таких завдань:

- ~ визначення змісту економіки сумісного користування та факторів впливу;

- ~ дослідження впливу економіки сумісного користування на формування неформальної економіки в індустрії гостинності;
- ~ вивчення впливу економіки сумісного користування на сектор проживання індустрії гостинності;
- ~ визначення впливу економіки сумісного користування на сектор харчування індустрії гостинності;
- ~ визначення впливу економіки сумісного користування на транспортний сектор індустрії гостинності;
- ~ дослідження зарубіжного досвіду обмеження впливу економіки сумісного користування індустрії гостинності на формування неформального сектору.

Об'єктом дослідження є економіка сумісного користування. *Предметом дослідження* є економіка сумісного користування сектору проживання, харчування, транспортного сектору індустрії гостинності.

Для досягнення мети кваліфікаційної роботи використовувались такі *методи*: систематизований огляд наукової літератури, огляд та опрацювання статистичних даних Євростату, Всесвітньої туристичної організації, ОЕСР з актуальних питань економіки сумісного користування; аналіз, порівняння, графічний прийом.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел з 42 найменуваннями та 3 додатків, а також містить 2 таблиці, 3 рисунки. Матеріали роботи викладено на 47 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІКИ СУМІСНОГО КОРИСТУВАННЯ

1.1. Економіка сумісного користування: зміст, фактори впливу

Велика кількість наукової літератури присвячена дослідженню того, як капіталістичні інститути та економічна свобода формують економіку і суспільство в цілому, але досі мало уваги приділялося зв'язку між економікою сумісного користування та економічною свободою. Частково це пояснюється тим, що термін «економіка сумісного користування» є відносно новим. Згідно з трендами Гугл, цей термін вперше з'явився у 2013 році, коли популяризація цього терміну ознаменувала появу та швидке зростання нового покоління сервісів спільного використання, заснованих на цифровій багатосторонній платформеній економіки, що частково стало можливим завдяки поширенню смартфонів [4].

Послуги економіки сумісного користування в останні роки стали дуже популярними, і багато хто очікує, що ця тенденція збережеться. Прогнозується, що загальна вартість глобальної економіки спільного користування до 2030 року перевищить 1 трлн. дол. США порівняно з 366 млрд. дол. США у 2024 році. Це призведе до сукупного річного темпу зростання приблизно у 25% [33].

Три найбільш відомі категорії послуг сумісного користування — це (1) спільне користування домом, (2) спільне користування поїздками та (3) спільне користування офісом (також зване коворкінгом). Загалом ринок послуг сумісного користування став все більш відомим у США за останні роки. Під час опитування 2018 року 83% респондентів в США заявили, що вони знайомі принаймні з однією послугою економіки сумісного користування. Послуги економіки сумісного користування включають такі послуги, як Uber, Lyft, Airbnb і HomeAway [32].

Згідно зі звітом, опублікованим Allied Market Research у 2023 році обсяг індустрії економіки сумісного користування в США оцінювали в 139,3 млрд доларів США, і, за прогнозами, до 2034 року він сягне 298,7 млрд. дол. США, середньорічний темп зростання становитиме 7,2% з 2024 по 2034 рік.

Очікується, що частка ринку економіки сумісного користування в США продовжуватиме зростати, чому сприятиме акцент на інноваціях та адаптивності. Зростаючий попит споживачів на стійкі та ресурсоефективні рішення спонукав компанії впроваджувати екологічно чисті методи та заохочувати відповідальне споживання. Зростання популярності локальних і персоналізованих послуг, де користувачі можуть безпосередньо взаємодіяти з пропозиціями на рівні спільноти, ще більше зміцнило ринок економіки сумісного користування в США. Розширені цифрові платформи, що спрощують доступ до спільних послуг, від транспорту до короткострокової оренди, спростили для споживачів участь в економіці сумісного користування. Крім того, ініціативи, які віддають пріоритет справедливій компенсації постачальникам послуг і прозорості транзакцій, знайшли відгук у соціально свідомих користувачів. Ці зусилля відповідають ширшій тенденції США до стійкості, залучення спільноти та етичних ділових практик, позиціонуючи економіку сумісного користування для сталого зростання найближчими роками, що зумовлює розмір ринку економіки сумісного користування у США.

Одним з основних чинників попиту на ринку економіки сумісного користування в США є швидке зростання міського населення, що значно збільшило попит на гнучкі, економічно ефективні рішення. У міських районах спостерігається суттєве зростання як щільності населення, так і вартості життя, що спонукає мешканців шукати альтернативні способи управління своїми ресурсами. Наприклад, попит на послуги сумісного користування різко зріс, оскільки міські жителі шукають економні варіанти пересування на тлі зростаючих витрат на володіння транспортними засобами та проблем з паркуванням. Платформи, що пропонують послуги сумісного користування

велосипедами, відреагували на цю тенденцію, розширивши свої мережі та покращивши свої пропозиції, тим самим задовольняючи особливі потреби міських жителів. Міський зсув призвів до прийняття послуг економіки сумісного користування, а також заохотив інновації в тому, як ці послуги надаються, щоб відповідати унікальній динаміці міського життя в США.

Крім того, можливості ринку економіки сумісного користування в США полягають у розширенні послуг за запитом додому, включно з обслуговуванням і ремонтом будинку. Оскільки зайнятий спосіб життя і віддалена робота стають дедалі поширенішими, зростає потреба в зручних, надійних послугах вдома, до яких можна отримати швидкий і ефективний доступ. Платформи, що пропонують послуги за запитом, як-от прибирання, ремонт і обслуговування будинку, отримують вигоду з цієї тенденції на ринку економіки сумісного користування в США, надаючи користувачам легкий доступ до перевірених фахівців. Зростаюча перевага безпроблемним, негайним рішенням призвела до розвитку спеціалізованих платформ, які задовольняють ці потреби, пропонуючи нові джерела доходу для постачальників послуг і підвищуючи задоволеність користувачів. Ця тенденція являє собою значну можливість для зростання, оскільки споживачі продовжують шукати оптимізовані рішення за запитом для своїх повсякденних домашніх потреб [27].

Uber, Lyft, Airbnb, Turo, TaskRabbit, Postmates, DoorDash, Instacart, Getaround і Rover є ключовими гравцями, що працюють на ринку економіки сумісного користування в США. Ключові гравці на ринку економіки спільного споживання в США залишаються попереду, використовуючи розширену аналітику для вдосконалення своїх пропозицій послуг та оптимізації користувацького досвіду [27].

Основні тенденції в галузі економіки спільного споживання в США:

➤ Розширення в нові сектори: крім транспорту і розміщення, економіка сумісного користування користування розвивається в таких галузях, як

фінанси (кредитування між фізичними особами, краудфандинг), охорона здоров'я (телемедицина), освіта і персональні послуги.

Гіперлокалізація: платформи дедалі більше уваги приділяють задоволенню конкретних потреб спільноти, пропонуючи послуги, адаптовані до місцевих ринків, такі як доставка продуктів харчування з місцевих джерел.

➤ Інтеграція штучного інтелекту (ШІ) та автоматизації: ШІ використовується для підвищення ефективності та результативності платформ сумісного користування за рахунок персоналізованих і ефективних послуг.

Зростання моделей на основі передплати: споживачі шукають більш гнучкий і економічно ефективний доступ до товарів і послуг за допомогою моделей передплати для спільного користування автомобілями, будинком і спільних робочих просторів.

➤ Інтеграція технології блокчейн: блокчейн вивчається для підвищення довіри, прозорості та безпеки транзакцій в економіці сумісного користування.

Підвищена увага до стійкості: платформи включають більш екологічно чисті варіанти, як-от парки електромобілів і програми, які заохочують повторне використання товарів [27].

Приклади економіки сумісного користування навести достатньо легко, але наукові дослідження, страждають від відсутності консенсусного визначення цієї концепції. Безперечно, що цифрові технології уможливають нові типи транзакцій, особливо між рівноправними учасниками економіки. Багато уваги приділяється цифровим технологіям як таким, але економічний вплив економіки сумісного користування пов'язаний з тим як змінюється соціальна та економічна діяльність у відповідь на можливості та виклики, що з'являються з появою нових технологій.

Таким чином економіка сумісного користування спричинила появу широкого спектру нових видів діяльності, починаючи від некомерційного спільного споживання до нових форм підприємництва. Оскільки вона охоплює широкий спектр видів діяльності та стимулів, з'явилися контрастні, а іноді й суперечливі погляди на цю економіку та її зв'язок з капіталізмом і рештою

економіки. Дехто підкреслює її некомерційну сторону, інші вказують на її комерційне використання. На нашу думку ці погляди не повинні протиставлятися один одному.

Цифровізація є технологією загального призначення нарівні з паровою енергією та електроенергією. Вона насамперед характеризується поєднанням трьох факторів: 1) обчислювальних потужностей, що дають змогу обробляти інформацію, 2) великих мереж, які об'єднують людей і генерують потоки даних, та 3) програмного забезпечення, яке використовується для створення нових додатків, що використовують обчислювальні потужності, мережеві зв'язки і дані.

У сукупності цифрові технології забезпечують великий потенціал доступу до інформації та інших людей, що є безпрецедентним як з точки зору екстенсивних, так і з точки зору інтенсивних факторів. Однак значне збільшення та варіативність з боку пропозиції тягне за собою відповідне зростання транзакцій з боку попиту, пов'язаних з пошуком потрібного контенту. Економіка цифрових платформ від пошукових систем до соціальних мереж і додатків для знайомств знижує транзакційні витрати, виступаючи в ролі посередників на широкому спектрі різних ринків [10].

Таке поєднання цифрового зв'язку та пошуку партнерів через цифрові платформ дозволяє не тільки підприємствам знаходити потенційних клієнтів або один з одним, але й для великих груп людей, які незнайомі один з одним на основі їхніх уподобань та ресурсів. З огляду на те, що пропозиція є досить великою, кожен суб'єкт не зобов'язаний робити свою пропозицію товару чи послуги постійно доступною, якщо загальна кількість постачальників задовольняє потреби попиту в будь-який момент часу. Це формує основу для так званої економіки сумісного користування, яка виникла на початку 2010-х років після фінансової кризи і, як наслідок, гіг-економіки, яка зараз зростає у всьому світі. Наприклад, група осіб, які пропонують доступ до своїх приватних автомобілів, коли вони самі ними не користуються, може замінити як професійну послугу оренди, так і власне володіння автомобілем. Таким

чином, для індивідів стає можливим мобілізувати надлишковий потенціал своєї власності або часу, що в сукупності становить значний постійний резерв [2]. Такий розвиток подій уможлиблює широке розмаїття різних моделей поведінки. З одного боку, якщо люди починають позичати один в одного майно, кожен з них може відмовитися від деяких видів власності на користь спільного використання ресурсів. Інші можуть знайти вигідним здавати (частину) свого майна в оренду. Треті можуть збільшити свою власність, коли легше здати в оренду надлишкові потужності. Так само дехто може добровільно присвятити свій вільний час, щоб допомогти іншим, тоді як дехто робить його за певну плату, а інші можуть замінити «підробіток» на інші види роботи.

Аналогічний аргумент можна навести і щодо надлишкових потужностей у фірмах та міжгосподарських зв'язків у бізнесі. Тобто не традиційні продажі між бізнесом, опосередковані цифровою платформою, а можливість створення надлишкових потужностей, наприклад, офісних площ або виробничого часу на заводах, доступними безкоштовно або за певну плату для інших підприємств.

Існує кілька спроб сформулювати економіку сумісного користування за принципом виключення, тобто не враховуючи поведінку, яка стає можливою завдяки тим самим технологіям, але яка не вписується в певне значення «сумісного користування». Наприклад, дехто розглядає економіку сумісного користування як контрреакцію на капіталізм та споживацтво [14], тоді як інші наголошують на сталості та екологічні проблеми як рушійну силу обміну та сумісного користування [13] або описують обмін як соціальний рух, що протистоїть комерційним транзакціям [31]. Треті включають як некомерційний, так і комерційний обмін, але натомість накладають обмеження на те, що є предметом спільного використання. Френкен К. та Шор Дж. [11] стверджують, що якщо людина «купує другий будинок і здає його в оренду туристам на постійній основі, то це є управління комерційним об'єктом розміщення, таким як пансіонат або готель».

Такі скорочення можуть навіть призвести до оманливого або значно обмеженого аналізу. Зокрема, багато існуючих визначень накладають обмеження на взаємодію між економікою сумісного користування та рештою економіки, роблячи її значною мірою закритою системою. Проте, якщо люди можуть здавати в оренду надлишкові або незадіяні потужності, це може призвести як до зменшення власності на користь оренди, так і до збільшення власності завдяки можливості здавати в оренду вільні потужності для покриття витрат. Якщо економіка сумісного користування є достатньо великою, то можна з упевненістю сказати, що вона також матиме значну взаємодію з рештою економіки, виступаючи як заміник і доповнення до інших видів обміну.

Визначення економіки спільного користування. Загальноприйнятого визначення економіки спільного користування не існує. Однак у всіх існуючих описах і визначеннях фігурують три загальних ознаки: (1) надлишкова потужність, (2) великі децентралізовані мережі та (3) довіра між незнайомими людьми. Сундарараджан А. [35] надає огляд та обговорення існуючих визначень і формулює своє власне у відповідь на них. Він також згадує два наслідки економіки сумісного користування: розмивання кордонів між різними формами зайнятості та між особистим і професійним.

Хоча економіка сумісного користування не має єдиного визначення, вона була пояснена в кількох дослідженнях. ОЕСР описує її як «нові ринки, які дозволяють надавати послуги на основі спільного використання». Європейська Комісія у своєму повідомленні від 2016 року пояснює, що економіка сумісного користування «відноситься до бізнес-моделей, в яких діяльність здійснюється за допомогою спільних платформ, які створюють відкритий ринок для тимчасового використання товарів чи послуг, які часто надаються приватними особами» [8].

Інший спосіб аналізу економіки спільного споживання - це порівняння з «традиційною» економікою. Наприклад, на традиційних ринках споживачі купують продукти (якими потім володіють) і послуги, тоді як в економіці

сумісного користування постачальники діляться своїми ресурсами тимчасово зі споживачами, або безкоштовно або за винагороду (фінансовою чи нефінансовою). Фактично будь-хто може поділитися майже будь-чим, від продуктів і майна (наприклад, квартирою, автомобілем, велосипедом, туристичним спорядженням) до часу, навичок і компетенцій (наприклад, кулінарія, спорядження, знання міста, місць, які варто відвідати).

Цей тип обміну товарами чи послугами зазвичай полегшується за допомогою онлайн-платформ, які узгоджують попит і пропозицію. У багатьох випадках ці платформи створюються і управляються приватними компаніями, які також називають пірінговими компаніями або компаніями спільної економіки. Найвідомішою моделлю економіки спільного використання є пірінгова модель (рис. 1), в якій учасники (здебільшого фізичні особи) пропонують і запитують товари та послуги. Платформа виступає посередником між ними



Рисунок 1 – Модель пірінгової компанії

Джерело: [8].

Хоча термін «економіка сумісного користування» з'явився приблизно в 2013 році, основні явища, що лежать в його основі, такі як співпраця та спільне використання ресурсів через цифрові мережі були предметом дослідження задовго до цього [3]. Завдяки новим засобам мобілізації того, що раніше було надлишковими потужностями або прихованими ресурсами, стимули як до володіння, так і для оренди замість володіння певними речами зміняться. Так,

наприклад, деякі люди можуть утриматися від володіння автомобілем, тому що вони можуть легко взяти його напрокат на першу вимогу, інші можуть бути зацікавлені у купівлі літнього будинку, тому що вони можуть здавати його в оренду, коли не користуються ним. Це також означає, що учасники економіки сумісного користування можуть інвестувати в ресурси з чіткою метою поділитися ними. Наприклад, людина може купити одну або кілька квартир і здавати їх в оренду через Airbnb, замість того, щоб ділитися власною квартирою, коли вона не використовується. Така діяльність створює більше надлишкових потужностей з метою здачі їх в оренду через платформи економіки сумісного користування. Певною мірою вся комерційна участь на стороні пропозиції в економіці сумісного користування є вираженням підприємницьких зусиль, і з цієї точки зору різниця між здачею в оренду власної квартири та інвестуванням у квартиру для здачі в оренду є скоріше питанням масштабу, ніж принципу.

Таким чином, наслідок можливості мобілізації та монетизації надлишкових потужностей може бути створений як навмисно, так і ненавмисно. Буде важко, або навіть неможливо, повністю розрізнити вже існуючі або створені, навмисно чи ненавмисно, надлишкові потужності. Якщо платформи сумісної економіки виявляться ефективнішими за інші засоби пошуку клієнтів, традиційні постачальники можуть навіть змінити свої пріоритети таким чином, що пошук через ці платформи стане основним каналом збуту.

Вирішальне значення для представленого тут визначення має те, що 1) платформа не є постачальником, а лише виступає в ролі посередника, і 2) що постачальники на платформі є переважно фізичними особами.

Використання надлишкових потужностей означає децентралізацію постачання, а також те, що доступність залежить від того, чи можуть окремі постачальники забезпечити доступ до надлишкових потужностей своїх ресурсів. Наприклад, власник автомобіля може забезпечити перевезення лише тоді, коли він сам за кермом, і може позичати автомобіль іншим водіям лише

тоді, коли він ним не користується. Це означає, що відповідність між попитом і пропозицією має бути ситуативною і, відповідно, розмір пропозиції з точки зору окремих постачальників повинен бути принаймні достатньо великим, щоб задовольнити попит у будь-який момент часу, навіть якщо кожен постачальник постачає лише протягом короткого періоду часу. Багато послуг сумісної економіки пов'язані з доступом до товарів і послуг на вимогу, тобто йдеться не про загальну кількість людей, потенційних постачальників товарів чи послуг, а кількість тих, хто постачає їх у певний момент часу.

І, навпаки, щоб привабити постачальників, має існувати критична маса попиту, щоб виправдати зусилля, спрямовані на забезпечення доступності ресурсів. Цей рівень того, що Ботсман Р. та Роджерс Р. [5] називають критичною масою, стає можливим завдяки великим децентралізованим цифровим мережам, які дають змогу узгодити наявну пропозицію з попитом з миттєвістю, на якій наголошує Ганський Л. [12].

З точки зору економічної діяльності, децентралізована пропозиція та пірингові біржі не є новим явищем, яке виникло ще до промислової революції та появи великих компаній, масового виробництва та розподілу товарів [35]. Не є безпрецедентним і спільне використання ресурсів між рівними собі. Новим у контексті економіки сумісного користування є природа мереж, в яких здійснюється цей обмін. Історично склалося так, що спільне використання ресурсів, а до певної міри і комерційні обміни, спиралися на місцеві спільноти, соціальні зв'язки та репутацію, що склалися серед сусідів та знайомих, тобто на невеликих і здебільшого локальних мережах.

З великими цифровими мережами – глобальними за масштабом і потенціалом або в масштабі населення [2] - розмір і географічне охоплення мережі, а також швидкість комунікації є фактично безпрецедентними. Сундарараджан А. [35] називає масштаби мережі здебільшого ринковими, а не заснованими на спільнотах. Отже, цифровий зв'язок не лише розширює кількісний розмір, але й якісний характер мережі рівноправних учасників, які можуть брати участь у взаємодії та обмінах.

Окрім розширення діяльності, яка раніше обмежувалася меншими та географічно локальними спільнотами, цифрові мережі також уможливають обмін або спільне використання товарів і послуг, які не набрали б критичної маси в менших мережах, що залежать від повільних засобів комунікації.

Крім того, цифрові мережі дозволяють людям, які не пов'язані соціальними зв'язками, знаходити та обмінюватися ресурсами. Хоча це може збільшити потенціал для зближення в мережі, це також створює значні проблеми для індивідуальних стимулів довіряти незнайомцям і взаємодіяти з ними.

Існує дві лінії аргументації, коли мова йде про стимули: віра в цінність і важливість розбудови спільноти та ринкові економічні обміни. Наприклад, у визначенні Сундарараджан А. [35] підкреслює капіталізм, заснований на натовпі, тоді як Боцман Р. та Роджерс Р. [5] наголошують на спільне споживання на противагу гіперспоживанню. Як соціальні цінності, так і грошові сприяють мотивації обміну між незнайомими людьми, але по-різному, і вони також можуть бути поєднані, щоб стимулювати обмін у великих цифрових мережах. Сундарараджан А. [35] порівнює це з тим, що Лессіг Л. [21] описує як гібридну економіку, яка поєднує взаємодію комерційного обміну та некомерційного реміксу і спільного використання творчого контенту.

Оскільки важко визначити та відокремити індивідуальні стимули для участі в діяльності, пов'язаній з економікою сумісного користування, а також тому, що вони можуть взаємодіяти один з одним, будь-яка спроба визначити демаркації економіки сумісного користування на основі конкретних стимулів або цінностей дасть лише часткове уявлення про це явище. Для вивчення економіки сумісного користування та її взаємозв'язку з іншими видами економічної діяльності, вона повинна бути визначена інклюзивним чином.

Інший виклик для спільного використання надлишкової пропускну здатності великих цифрових мереж з незнайомими людьми полягає в створенні достатньої довіри між учасниками, що також є третім спільним

знаменником між різними визначеннями економіки сумісного користування. Інакше кажучи, довіра і соціальний капітал зменшують трансакційні витрати, пов'язані з обміном між людьми, незалежно від того, чи це ринковий обмін, чи соціальний [2].

Таким чином, три спільні знаменники – (1) надлишок товарного, часового та/або людського капіталу, (2) великі децентралізовані цифрові мережі та (3) довіра між незнайомими людьми – послідовно у кількох визначеннях економіки сумісного користування, зокрема в тих, що розрізняють між комерційною та некомерційною мотивацією або іншими типами цінностей та стимулів. Таким чином, ці три фактори складають інклюзивне визначення економіки сумісного користування.

1.2 Економіка сумісного користування в індустрії гостинності та її зв'язок з неформальною економікою

Позичити машину у друга або позичити вільну кімнату гостю - це не новина, але масовий інтерес до технологічно полегшеного обміну між незнайомими людьми не сходить зі шпальт газет постійно протягом останніх кількох років. Економіка сумісного користування робить доступними невикористані приватні активи і потенціал (робочу силу), які можна оцінити і використати [7].

Проривні технології докорінно змінюють природу нашого світу. Розвиток цифрових платформ, штучний інтелект, блокчейн, робототехніка, безпілотні автомобілі та розумні міста змінюють спосіб роботи туристичного сектору від початку до кінця, впливаючи на те, як дестинації сприяють туризму, розробляють продукт, збирають дані, отримують доступ до ринків і приваблюють відвідувачів. Ці зміни мають хвилеподібний вплив на всю туристичну індустрію та впливає на ринки з низьким рівнем доходу, які прагнуть використати туризм для впливу на розвиток. Цифрові платформи мають особливо значний вплив на туристичний сектор. Вони створюють як

можливості, так і виклики для країн, які прагнуть використати туризм для подолання крайньої бідності та підвищення загального процвітання [41].

Спочатку економіка сумісного користування була зустрінута з великим ентузіазмом, але нещодавно було виявлено, що вона є «підривною» для існуючої традиційної економіки. Найвідоміші приклади часто пов'язані з туризмом і впливають на сектор розміщення (наприклад, Airbnb, платформа, що дозволяє здавати в оренду вільні кімнати або цілі будинки відвідувачам) або місцевий транспорт (наприклад, Uber, який використовує однолітків для надання послуг таксі відвідувачам) [7].

Туристичні послуги традиційно надаються такими підприємствами, як готелі, таксі або туроператори. Останнім часом все більше приватних осіб пропонують тимчасово ділитися з туристами тим, чим вони володіють (наприклад, будинком або автомобілем) або тим, чим вони займаються (наприклад, харчуванням або екскурсіями). Цей тип обміну називають «економікою сумісного користування». Він не обмежується туризмом і може бути знайдений у багатьох сферах соціальної та економічної діяльності, хоча туризм є одним із секторів, який зазнав найбільшого впливу. Сам по собі обмін товарами та послугами між людьми не є чимось новим. Однак, розвиток Інтернету і, як наслідок, створення онлайн-платформ зробили цей обмін простішим, ніж будь-коли. За останнє десятиліття на ринку з'явилося багато компаній, що керують такими платформами, Відомим прикладом є платформа, на якій люди можуть бронювати житло (Airbnb). Економіка сумісного користування має як позитивний, так і негативний вплив на туризм. Її прихильники вважають, що вона забезпечує легкий доступ до широкого спектру послуг, які часто якісніші та доступніші, ніж ті, що надаються традиційними бізнес-партнерами. З іншого боку, критики стверджують, що економіка сумісного користування забезпечує недобросовісну конкуренцію, знижує гарантії зайнятості, дозволяє уникати сплати податків і становить загрозу стандартам безпеки, охорони здоров'я та інвалідності [8].

Економіка сумісного користування розвивається на тлі стрімкого зростання міжнародних туристичних прибуттів у світі. Не зважаючи на зниження туристичних потоків внаслідок COVID-2019, туризм успішно відновлюється, про що свідчать такі показники – у 2024 році кількість міжнародних туристичних прибуттів склала 99% від 2019 року (рис. А.1), при цьому за кількома напрямками показники 2024 року перевищили показники 2019 року. У 2024 році було зареєстровано 1,4 млрд. туристичних прибуттів, що на 140 млн. (або на 11%) більше ніж у 2023 році [42]. У довгостроковій перспективі прогнозується зростання цих показників як в ЄС, так і в усьому світі, що призведе до збільшення попиту на туристичні послуги. Близько 64% експертів ООН з туризму відзначають «кращі» або «значно кращі» перспективи на 2025 рік порівняно з 2024 роком (рис. Б.1).

Туризм в ЄС, як і в багатьох інших регіонах світу, також розвивається у відповідь на зміни в поведінці туристів. Туристи, загалом, більш відкриті до самостійних подорожей і більше звертають увагу на інформацію від інших туристів (друзів і родичів або анонімних туристів, які публікують відгуки в Інтернеті), ніж раніше. Багато туристів використовують цифрові технології та соціальні мережі для планування, купівлі або перегляду туристичних вражень. Вони вимагають екологічно чистих туристичних продуктів, а також більш унікальних і персоналізованих туристичних послуг. Крім того, економічна криза, безробіття і зниження купівельної спроможності підштовхнули багатьох до того, щоб приділяти більше уваги на ціни та співвідношення ціни та якості. Люди також стають все більш відкритими до ідеї спільного використання ресурсів і до нових гнучких можливостей роботи. Всі ці фактори сприяли розвитку економіки спільного користування [8].

Деякі інші зміни, такі як посилення уваги до безпеки та захисту, з іншого боку, мають протилежний ефект. Крім того, частка ринку, яку складають туристи старшого віку, які часто менш відкриті до бізнес-моделей економіки сумісного користування, також зростає [8].

На думку Вільямса С. та Городника І. [39] розвиток економіки сумісного користування має значний вплив на формування неформального сектору індустрії гостинності. Ці вчені повідомляють, що 23% готелів та ресторанів 30 країн Східної Європи та Центральної Азії конкурують з неформальними операторами та 13% з них визначають цих конкурентів як серйозну загрозу для їх бізнесу. І чим більше бізнес, тим більша імовірність того, що неформальний сектор буде вважатись їх найбільшою перешкодою [39, 18].

Найбільш потужними платформами розміщування світового рівня є: Tripping, Airbnb, Homeaway і Housetrip [7]. Серед них компанія Airbnb, створена у 2008 р. в США, є найбільш крупною платформою. Ця компанія нараховує близько 4 млн. хостів hosts у 220 країнах.

До проблем, пов'язаних з економікою сумісного користування відносять: ухилення від правил, ліцензування, сплати податків, створення нерівних економічних умов порівняно з традиційною економікою. Крім того надання послуг в економіці спільного користування не завжди підпорядковуються правилам безпеки та правовим нормам [15, 23]. Діяльність таких платформ сприяє зростанню вартості довгострокової оренди житла для мешканців туристичних мегаполісів, що викликає їх невдоволення [18].

Поруч із сектором розміщування економіка сумісного користування також знайшла своє місце і в секторі харчування. HOTREC в щорічному звіті повідомляє про зростання кількості приватних домашніх ресторанів. Ресторани Європи зіштовхуються з недобросовісною конкуренцією з боку таких операторів, які часто працюють в сірій зоні. Також розвиваються платформи сумісного споживання їжі такі як BonAppetour, Travelling Spoon, Withlocals Authenticook, Chefexchange, Eatwith та багато інших [17]. Звичайно обороти економіки спільного користування в сфері харчування значно нижче, ніж в сфері розміщування, але за останні кілька років sharing сектор харчування почав набирати повних обертів і привертати увагу з боку професійних об'єднань рестораторів. Наприклад, BonAppetour має більше 500 господарів у

80 містах по всьому світу. Найбільша концентрація BonAppetour hosts в Італії та Франції [6].

Ступінь конкурентної загрози з боку незареєстрованих або неформальних фірм в індустрії гостинності в різних країнах є неоднаковим. Вільямс С. та Городник І. [39] повідомляють, що відсоток опитаних керівників готелів та ресторанів 30 країн Східної Європи та Центральної Азії, які стверджують про такі проблеми, суттєво відрізняється у залежності від країни. Так, в Боснії-Герцеговині цей відсоток складає 76%, в Косово – 72%, в Казахстані - 63%, і лише 7% в Азербайджані, 4% в Узбекистані, 2% у Вірменії. В Україні 15% готелів та ресторанів стверджують, що вони конкурують з неформальними фірмами. Значну конкуренцію з боку неформального сектору вбачають у Сербії, Болгарії, Чехії та Боснії-Герцеговині, Казахстані, Румунії, Македонії [39, 18].

Діяльність он-лайн платформ в секторі гостинності створює сприятливі умови для ухиляння від сплати податків. Основними податками, сплати яких допомагає уникати економіка сумісного користування, є туристичний податок, ПДВ та соціальні відрахування. Дослідження, проведене TNS Sofres у Франції, показує, що лише 15% учасників повідомляють про свої доходи в економіці сумісного користування. В Україні найбільш потужною національною он-лайн платформою в секторі розміщування туристів є «Карпати.Інфо». Її основними серйозними конкурентами є міжнародні платформи Airbnb та Booking. Інші українські платформи мають набагато меншу кількість відвідувань та нижчу наповненість сайту. Станом на 2021р. послугами «Карпати.Інфо» користувались - 5 санаторіїв, 4 кемпінги, 4 хостели, 320 готелів, 2042 садиби. Вартість інформаційних послуг складала 1000-3400 грн. на рік, залежно від категорії закладу та кількості місць у ньому. Левова частка користувачів здає житло не маючи реєстрації як підприємці. Відповідно податки вони не сплачують [18].

Європейська спільнота робить певні кроки для легалізації неформальної економіки, так 7 листопада 2022 року Європейська комісія опублікувала

пропозицію про регулювання збору та обміну даними, що стосуються послуг короткострокової оренди житла. Пропозиція робить внесок у пріоритет Комісії щодо забезпечення відповідності ЄС цифровому століттю. Для створення економіки, готової до майбутнього, яка працює для людей і спирається на нещодавній Закон про цифрові послуги, пропозиція регулює онлайн-платформи, які пов'язують господарів і гостей для короткострокової оренди житла. Регламент має полегшити реєстрацію господарів і їхніх об'єктів короткострокової оренди та скоротити невідповідності в тому, як онлайн-платформи обмінюються даними. Він також має допомогти уникнути великих обсягів різних запитів даних, які створюють велике навантаження на онлайн-платформи, а також підвищити довіру споживачів до цих послуг. Європейський парламент і Рада ЄС досягли попередньої угоди у справі 16 листопада 2023 року. Парламент схвалив узгоджений текст на пленарному засіданні 29 лютого 2024 року. Після того, як Рада ухвалила акт, він був підписаний співзаконодавцями та опублікований в Офіційному журналі ЄС 29 квітня 2024 року. Він набув чинності через 20 днів. Він почне застосовуватися з 20 травня 2026 року [36].

Доступність житла є добре задокументованою проблемою для туристичних дестинацій у той час, коли ціни на купівлю та оренду житла зростають швидше, ніж доходи населення і непропорційно впливають на бідніші та молодші домогосподарства. Зростання онлайн-платформ для бронювання житла та короткострокової оренди з метою проживання у другому домі та незапланованого зростання туризму в деяких дестинаціях також сприяли підвищенню попиту на житло, що іноді призводило до ситуації, коли місцеві жителі та сезонні працівники не можуть забезпечити себе доступним житлом. У 2024 році Рада Європейського Союзу ухвалила новий регламент щодо збору та обміну даними про послуги короткострокової оренди житла. послуг з короткострокової оренди житла. Ці нові зобов'язання не мають на меті регулювати доступ до ринку цієї діяльності, а спрямовані на підвищення прозорості та підтримку місцевих органів влади в Європі у розробці та

впровадженні політики щодо оренди житла на час відпустки, зберігаючи при цьому доступність житла для мешканців.

У березні 2024 року Рада ЄС ухвалила регламент щодо збору та обміну даними про послуги короткострокової оренди житла. Він має на меті допомогти органам влади збирати достовірну статистику та вживати обґрунтованих регуляторних заходів для вирішення таких ключових питань, як доступність житла. Нові правила запроваджують уніфіковані вимоги до реєстрації для господарів та об'єктів короткострокової оренди, включаючи надання унікального реєстраційного номера, який буде відображатися на сайтах нерухомості та онлайн-платформах. Місцеві органи влади та платформи короткострокової оренди мають 24 місяці, щоб виконати вимоги закону. Щоб отримати цей реєстраційний номер, власники повинні подати просту інформацію, яка буде необхідна для того, щоб надавати послуги короткострокової оренди житла. Онлайн-платформи повинні будуть регулярно надавати інформацію про орендну діяльність своїх власників (наприклад, кількість проданих ночей, кількість гостей), адреса, реєстраційний номер) до єдиної цифрової точки входу у відповідних державах-членах [24].

Це положення не має на меті регулювати доступ до ринку, а радше підвищити прозорість цієї діяльності. Онлайн-платформи повинні будуть забезпечити достовірність і повноту інформації про хост-платформу, а також те, що реєстраційний номер був чітко видимим на кожному лістингу. Вони також будуть зобов'язані проводити вибіркові перевірки інформації про господарів. Місцеві органи влади зможуть призупиняти дію реєстраційних номерів, вимагати від платформи видаляти незаконні оголошення та застосовувати санкції до платформ або хостів, які не дотримуються вимог.

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІКА СУМІСНОГО КОРИСТУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

2.1. Вплив економіки сумісного користування на сектор проживання

За звітом про дослідження ринку економіки сумісного користування, опублікованого компанією Proficient Market Insights [29]. ТОП-видатні гравці в індустрії економіки спільного споживання Silvernest, Couchsurfing, Didi Global, BlaBlaCar, Lyft, Eatwith, Hubble, Fiverr, Uber, Lime, Steam, VaShare, Stashbee, JustPark Airbnb, Tripadvisor, Booking.com. Найважливішими типами продуктів економіки спільного споживання є: спільний транспорт, спільний простір, обмін фінансами, спільне харчування, спільна охорона здоров'я, освіта на основі спільних знань. Найбільш широко використовувані низхідні напрямки ринку економіки сумісного користування, є: трафік, електроніка, розміщування, їжа та напої, туризм, освіта.

До числа країн з найвищими показниками на ринку входять США, Канада, Мексика, Німеччина, Франція, Великобританія, росія, Італія, Китай, Японія, Корея, Індія, Південно-Східна Азія, Австралія, Бразилія і Саудівська Аравія. Крім того, також підкреслюється прогрес ключових регіональних ринків економіки сумісного користування, включно з Північною Америкою, Європою, Азіатсько-Тихоокеанським регіоном, Південною Америкою, а також Близьким Сходом і Африкою Proficient Market Insights [29]. У 2022 році дві п'ятих долі ринку економіки сумісного користування припадало на транспорт і як очікується він буде домінувати до 2032 року. Стосовно регіонального розрізу пальму першості тримає Північна Америка, на яку припадає більше третини світової виручки економіки сумісного користування у 2022 році із збереженням такої тенденції до 2032 року. Серед користувачів найбільшу частку займає покоління Z (2000–2011 р.н.) [30].

Сектор P2P швидко зростає і змінюється і самостійно. Глобальні дані про розмір економіки P2P розміщення обмежені. Виділяються два дослідження. По-перше, незалежне дослідження 2017 року, проведене компанією Mastercard, оцінило загальну вартість транзакцій в економіці P2P-розміщення у 75 мільярдів доларів США. Дослідження прогнозує, що ринок майже подвоїться до 139 млрд доларів США до 2020 року. По-друге, робота Всесвітнього економічного форуму прогнозує, що до 2025 року 17% річного доходу світового готельного сектору, або 8 млрд доларів США, припадатиме на короткострокову оренду (зараз цей показник становить 7%).

Після високих темпів зростання протягом останніх п'яти років, зростання ринку P2P-розміщення на зрілих ринках, схоже, сповільнюється. Платформи P2P-розміщення спочатку були найпопулярнішими в розвинених країнах, де цифровий доступ і частота поїздок є найвищими. Однак, починаючи з 2017 року, здається, стабілізується як з точки зору попиту, так і з точки зору пропозиції. У 2017 році компанія Morgan Stanley, що займається фінансовими послугами, провела дослідження серед 4 000 повнолітніх споживачів США, Великобританії, Франції та Німеччини, яке стосувалося обізнаності споживачів про цифрову платформу Airbnb; обізнаність досягла 80% на зрілих ринках, що призвело до обмеженого додаткового зростання попиту.

Опитування показало, що у 2017 році 25% мандрівників користувалися платформою протягом останніх 12 місяців, але воно також показало, що темпи зростання сповільнилися з 7,9% у 2015 році до 3,3% у 2017 році. Посилення регулювання та негативна преса є причинами повільнішого зростання пропозиції. Наприклад, кількість житла, що надається через систему P2P у Берліні, Німеччина, та Санта-Моніці, Каліфорнія, впала на 49% та 37% відповідно після того, як уряди запровадили суворіші правила та штрафи.

Ринки, що розвиваються, є новими центрами зростання для P2P житла. Дані, отримані від Airbnb, показали, що кількість гостей у країнах з низьким та нижче середнього рівнем доходу зросла на 1,160%, з 323 100 у 2014 році до

понад 4 мільйонів у 2017 році. Значною мірою це зростання можна пояснити високими темпами зростання в Індонезії, яка прийняла 940 000 гостей Airbnb; Філіппінах, які прийняли 980 000 гостей Airbnb; та Індії, яка прийняла 480 000 гостей Airbnb; все це у 2018 році. У 2017 році Китай прийняв 3 290 000 гостей Airbnb, що призвело до 268% зростання в порівнянні з попереднім роком. Подібні закономірності простежуються і в даних , наданих Homestay.com, який спостерігає швидке зростання доходів на Кубі, в Японії, Ірані, Бразилії, Республіці Корея, Аргентині, Південній Африці, Індії, Мексиці, Сінгапурі та Китаї.

Фактори, що сприяють зростанню P2P економіки в секторі розміщення

1. Кількість людей, які подорожують, щороку зростає. Якщо раніше подорожі були розкішшю, то зараз вони розглядаються як необхідність. Більше людей подорожують у справах, задоволення, заради освіти, здоров'я, спорту та сім'ї, ніж будь-коли раніше (рис. А.1). Це означає більший попит на житло, транспорт, ресторани та всі послуги, які забезпечують потреби мандрівників.

2. Лоукости дозволяють подорожувати набагато ширшому соціально-економічному прошарку населення. Лоукости дали можливість подорожувати споживачам з низьким та середнім рівнем доходу, великим сім'ям та групам. Ці мандрівники більш різноманітні, ніж будь-коли раніше, і можуть бути не зацікавлені у стандартних готельних номерах.

3. Онлайн турагенства (ОТА), такі як Expedia, Booking.com та Trip.com допомогли споживачам відчувати себе більш впевнено, бронюючи подорожі онлайн, а не користуючись послугами туристичних агентів. У 2016 році на ОТА припадало 39% американського ринку онлайн-туризму

Мобільні технології та цифровий банкінг уможливлюють бронювання на ходу та мобільні платежі. За оцінками, у 2017 році майже 2,4 мільярда людей були користувачами смартфонів. Бронювання з мобільних телефонів становлять чверть усіх бронювань готелів.

5. Цифрові технології знизили витрати на пошук, відстеження та перевірку бронювання житла. Зниження витрат на пошук полегшило пошук нішевих продуктів і сприяло відкриттю відносно невідомих продуктів. Це також означає, що платформа може бути більш ефективною у просуванні конкретних оголошень на цільові ринки. Нижчі витрати на перевірку особи та репутації сприяли укладанню угод між незнайомими людьми, які не мають публічної репутації.

6. Двосторонні відгуки гостей і провайдерів допомогли підвищити рівень «довіри незнайомця», який вимагається від як від провайдера, так і від гостя. Онлайн-системи рейтингів на платформах називають «новими формами приватного регулювання», оскільки вони дають уявлення про сервіс, стандарти якості та зручності.

7. Зростаючий інтерес мандрівників до більш автентичних вражень зумовлює попит на нетрадиційні розміщення та тісніші зв'язки з приймаючими громадами.

На додаток до цих тенденцій, традиційні постачальники послуг розміщення виходять на ринок P2P-розміщення. Готельні бренди починають розширювати свої пропозиції, щоб зберегти свою частку на ринку, що призводить до посилення вертикальної ринкової інтеграції (рис. В.1). Наприклад, у квітні 2018 року готельна мережа Marriott International оголосила про шестимісячне партнерство з Hostmaker, лондонською компанією з управління орендою житла. За даними цього провайдера, 200 будинків у Лондоні тепер доступні для гостей під брендом Marriott's Tribute Portfolio.

З розвитком цього підсектору різниця між P2P-платформами та онлайн-тревел-агенціями, такими як Expedia та Booking.com, зменшується. Те, що на початку було дуже різними пропозиціями, одна від приватних осіб, інша від комерційних операторів, стає все більш схожим. Наприклад, платформа Airbnb розміщує на своєму сайті номери в готелях, другі будинки та офіційні готелі типу «ліжко та сніданок» (B&B), а дозволяє бутик-готелям та B&B в режимі реального часу отримувати інформацію про ціни та наявність номерів,

пов'язану з системою управління майном готелю. Аналогічно, ОТА, такі як TripAdvisor та Booking.com, тепер пропонують оренду квартир та проживання в сім'ях. У квітні 2018 року Booking.com оголосив, що з 27 мільйонів оголошень на його сайті 5 мільйонів - це будинки, квартири, будинки для проживання в сім'ях, та інші унікальні види житла. Тепер, коли відмінності між ОТА та P2P-платформами стають все меншими, P2P-хости повинні бути ідентифіковані за типом житла, а не лише за платформою, яку вони використовують для доступу до ринку.

Компоненти P2P економіка розміщення. Економіка розміщення P2P складається з трьох частин: (1) цифрової платформи, (2) постачальника послуг розміщення та (3) гостей. Платформа забезпечує технологію, яка дозволяє гостям шукати і знаходити постачальника послуг у місці їхньої подорожі, спілкуватися з ним і, в більшості випадків, бронювати та оплачувати проживання. Ці цифрові фірми-посередники є онлайн-ринком. Вони виступають посередниками між споживачем і постачальником послуг і стягують плату за користування або з постачальника, або з гостя, або з обох.

Airbnb демонструє приголомшливе зростання з моменту свого заснування. Станом на 2024 рік понад п'ять мільйонів господарів розмістили свої об'єкти на Airbnb, зафіксувавши до 1,5 мільярда чек-інів гостей. Однак гості, звісно, є ключовим компонентом успіху компанії, і 2024 року в усьому світі було заброньовано понад 490 мільйонів ночей і вражень Airbnb, унаслідок чого виручка Airbnb сягнула понад 11 мільярдів доларів США того року.

Airbnb - важливий гравець на ринку онлайн-подорожей. Однак йому ще належить пройти невеликий шлях, перш ніж він стане лідером галузі, посівши третє місце в рейтингу провідних онлайн-турагентств (ОТА) за обсягом виручки - після туристичних гігантів Booking Holdings і Expedia Group. Компанія також була третім за відвідуваністю сайтом про подорожі та туризм у світі 2025 року з приблизно 100 мільйонами відвідувань, що майже на 460 мільйонів менше, ніж у лідера Booking.com. Тим часом, якщо розглядати найзавантаженіші застосунки для подорожей у всьому світі у 2024 році,

Airbnb посів четверте місце з 75,8 мільйонами завантажень - Google Maps посів перше місце з більш ніж 150 мільйонами завантажень. Проте, в цьому випадку Airbnb випередив прямого конкурента Booking.com.

Успіх Airbnb не обійшовся без протиріч. Легкість, з якою господарі Airbnb можуть розміщувати свої об'єкти на платформі, викликала ажіотаж зі скуповування місць у популярних туристичних місцях, у деяких випадках витісняючи місцевих мешканців. Більше того, це також сприяло надмірному туризму, особливо в Європі, де такі міста, як Барселона та Венеція, щороку приймають мільйони туристів. Щоб боротися з цими проблемами, популярні туристичні місця, як-от Нью-Йорк, запровадили закони, що вимагають від господарів короткострокової оренди Airbnb реєструватися в місті, дотримуючись водночас певних умов, як-от проживання в орендованому житлі та не розміщення понад двох гостей одночасно. Це спричинило значний зсув у типах оренди, представлених на платформі, і більш ніж 85% об'єктів нерухомості Airbnb у Нью-Йорку було представлено як довгострокова оренда у 2025 році.

Незважаючи на протиріччя і жорстку конкуренцію на ринку онлайн-подорожей, зростання Airbnb не демонструє жодних ознак уповільнення. Компанія вийшла на біржу в грудні 2020 року, ставши одним із найкращих первинних публічних розміщень того року. Лише через чотири роки, 2024 року, глобальна ринкова капіталізація Airbnb перевищила 83,3 млрд. дол. США [34].

Динаміка зміни кількості ночей, проведених туристами в секторі короткострокової оренди ЄС (рис.2), показує, що кількість ночей, проведених в закладах короткострокового розміщення через платформи сумісного користування до 2022 року наближувалась до традиційної форми, а у 2023 році навіть перевищила традиційний сектор.

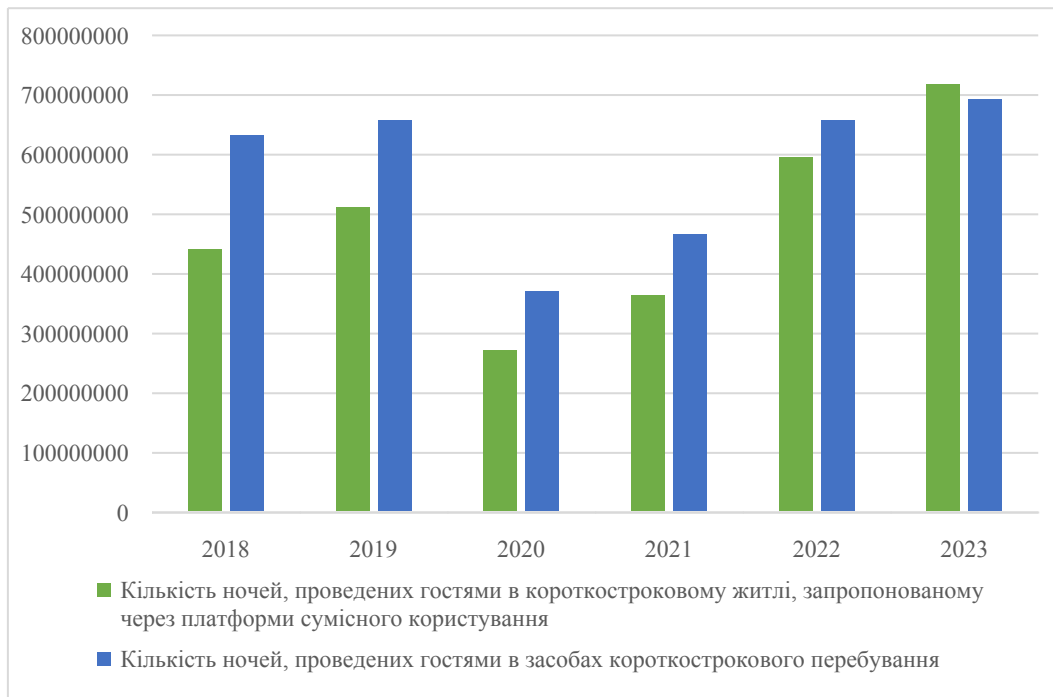


Рисунок 2 - Кількість ночей, проведених гостями в засобах короткострокового перебування, запропонованих традиційним способом та через онлайн платформи в ЄС-27 за 2018-2023рр.

Джерело: сформовано автором на основі [9].

Кількість ночей, проведених в секторі короткострокової оренди через платформи, по відношенню до кількості ночей, проведених в традиційних закладах в ЄС зросла з 69,7% (2018р.) до 103,6% у 2023р. Це свідчить швидке відновлення цього сектору розміщення гостей, і, навіть про його переважання над традиційним сектором.

2.2.Вплив економіки сумісного користування на сектор харчування

Організації гостинності все частіше визнають першочоргову важливість позитивного клієнтського досвіду, оскільки ключ до забезпечення лояльності клієнтів та отримання конкурентної переваги лежить у наданні виняткового клієнтського досвіду [19]. Більшість досліджень з управління послугами та клієнтським досвідом, особливо у сфері управління гостинністю, як правило, зосереджуються на взаємодії між постачальником і клієнтом. Однак з

нещодавною появою економіки сумісного користування, надання послуг вийшло за межі традиційної взаємодії між компанією та клієнтом, оскільки люди тепер обмінюються послугами безпосередньо між собою. Незважаючи на еволюцію цього ландшафту, дослідження в цій сфері залишаються недостатніми.

Поява оцифрованих платформ, які дозволяють здійснювати обміни P2P, проклала шлях до спільної економіки в різних секторах бізнесу. Модель економіки сумісного користування породила широкий спектр нових послуг, таких як обмін вживаним одягом (наприклад, ThredUP), оренда човна (наприклад, GetMyBoat) та крауд-кредитування (наприклад, Mintos, EstateGuru). Зростання бізнесу, заснованого на економіці сумісного користування, було експоненціальним, і ринок продовжує стрімко розширюватися. Згідно зі звітом про дослідження ринку економіки сумісного користування, опублікованого компанією Proficient Market Insights [30], розмір ринку становив 387,1 млрд. дол. США у 2022 році та, як очікується, він зростатиме із середньорічним темпом зростання 7,7% упродовж прогнозованого періоду, сягнувши 827,1 млрд. дол. США до 2032 року.

Останніми роками економіка сумісного користування поширилася в різних галузях, спричинивши відхід від традиційних моделей споживання. Однак у секторі гостинності дослідження здебільшого стосувалися сфери розміщення, ігноруючи сектор «харчування».

Спільне використання домашніх страв в індивідуальних будинках стало однією з останніх тенденцій в економіці сумісного користування [20]. Популярність цього експериментального явища, яке часто називають «Airbnb для їжі» або P2P-обідами, стрімко зростає: близько 250 000 споживачів користуються такими платформами, як VizEat та EatWith. У табл.1 наведено огляд основних платформ для спільного споживання їжі станом на кінець 2022 року. Зростає науковий інтерес до спільного споживання їжі в літературі з туризму та гостинності. Дослідники прагнуть глибше зрозуміти різні аспекти цієї теми, включаючи аналіз онлайн-оглядів, щоб виявити елементи досвіду

спільного споживання їжі, вивчення його соціальних аспектів та дослідження мотивів, що спонукають до підприємництва в цьому контексті [1].

Таблиця 1 - Платформи спільного харчування станом на 2022р.

Платформа	Країна, рік заснування	Міста дії	Учасники, господарі, гості, оглядачі	Оцінка компанії, загальна сума фінансування	Фан-база в соціальних мережах (лайки ФБ / підписники Інстаграм)	Основні особливості
Ресторан «Air Home»	Італія, 2019	Найбільш відомі міста світу	150 господарів	-	2.4K / 9.5K	Вечері вдома у шеф-кухарів-аматорів, кулінарні майстер-класи, кулінарні події в ексклюзивних локаціях, тематичні обіди та вечері зі спонсорськими продуктами, гастрономічні тури, шеф-кухар вдома, співпраця з туроператорами та туристичними агенціями
BonAppetour	Сінгапур, 2014	80 міст по всьому світу	15000 учасників	€2.8M / \$575.3K	2,8 млн. євро / 575,3 тис. дол. США	Домашні обіди, виїзні екскурсії, гастрономічні тури, гастрономічні стежки, дегустації, кулінарні

						майстер-класи тощо.
Cesarine	Італія, 2016	450 міст по всій Італії	1500 господарів	NA / \$2.7M	71.5K / 23.3K	Домашній ресторан, кулінарні майстер-класи (онлайн та особисто), ринкові та гастрономічні тури, дегустації вин та олії, любителі пасти
Eataway	Великобританія, 2015	73 cities around the world	500 господарів	-	14.7K / 1.7K	Кулінарні майстер-класи та спільні трапези
Eatwith	США, 2012	130 країн	25000 господарів / 265000 гостей	€32-48M / \$8M	226K / 37.3K	Ресторанний досвід, кулінарні майстер-класи, фуд-тури
Italian Home Restaurant	Італія, 2015	300 домашніх ресторанів в Італії	300 господарів	-	981 / 1.7K	Домашні ресторани, курси, події
ShareDnD	Нідерланди, 2015	30+ голландських міст	2500 господарів	-	3.9K / 375	Ресторанний тиждень, приносьте власне вино на вечерю
Tastemade	США, 2012	200 країн по всьому світу	300+ млн глядачів щомісяця	\$100-500M / \$115.3M	32M / 7.1M	Прямі трансляції або особистий досвід у таких категоріях: їжа, напої, подорожі, дім та дизайн, велнес та мистецтво
Travelling Spoon	США, 2013	68 країн, 225 міст	-	€3-5M / \$870K	20.8K / 5.3K	Приватне харчування, кулінарні

						уроки (онлайн та особисто), відвідування ринків
Triff	Швейцарія, 2016	Швейцарія	150 господарів	-	-	Обід, вечеря, похід, малювання, йога, пілатес, фітнес, прогулянки, лижі, гра Джасс
With Locals	Нідерланди, 2013	42 countries, 80 cities	1200 господарів	NA / \$16.5M	175.5K / 16.8K	Гастрономічні тури, пішохідні тури, одноденні тури, сімейні тури, нічні тури, велосипедні тури

Джерело: [16].

Наприклад, платформа EatWith швидко зростала з моменту свого заснування у 2012 році, і тепер її послуги доступні у 130 країнах. Компанія має суворий процес перевірки кандидатів на роль господарів: співробітник EatWith відвідує будинок людини, щоб перевірити якість їжі, презентацію, індивідуальність, чистоту, безпеку та інші фактори. Гості також можуть залишати відгуки в Інтернеті - як хороші, так і погані. Ціна їжі покриває трохи більше, ніж вартість їжі, плюс 15% сервісного збору компанії.

Спільне харчування відбувається в межах будинку, де послуга пропонується іншою особою, не бізнесом, а кимось на кшталт гостя. Це виходить за рамки простого приготування та надання їжі, й передбачає спільну трапезу. Отже, взаємодія між ними суттєво відрізняється від звичайної взаємодії між компанією та клієнтом, і їхній досвід слід вивчати паралельно. Однак існуючі дослідження переважно зосереджені або на гостьовій перспективі або на точці зору приймаючої сторони. Потенціал спільної

трапези як засобу для взаємного створення відмінних цінності у взаємодії між господарями та гостями здебільшого залишався поза увагою [16].

Господарі BonAppetour можуть додавати такі деталі, як фотографії страв і описи вражень від їжі, а також запитувати, чи є у гостей особливі дієтичні потреби. Платформи спільного харчування стягують плату за обслуговування, яка являє собою відсоток від плати за їжу, яку гість сплачує господареві. Вартість їжі може варіюватися від 15 до понад 100 доларів. Від традиційних тосканських вечерь у Флоренції до південноіндійських делікатесів на даху в Сінгапурі - гастрономічні враження різноманітні, доповнені нотками гостинності та можливістю ближчого знайомства з життям місцевих жителів [6].

Платформа спільного споживання їжі - це глобальний ринок, який надає людям спільний, соціальний та кулінарний досвід домашньої їжі. У дослідженні, проведеному Ketter E. [20], яке було зосереджене на визначенні мотивації гостей, які користуються додатком EatWith, було виявлено, що спільне споживання їжі в першу чергу зумовлене прагненням до досягнень, ідеалів та самовираження. І навпаки, Атсіз О. та ін. [1] виявили, що соціальні, культурні та економічні чинники є основними рушійними силами, які спонукають господарів до спільного харчування. Атсіз О. та ін. визначили елементи досвіду спільного харчування, які впливають на оцінку міжнародними туристами досвіду харчування в дестинаціях.

За допомогою нетнографічного аналізу вони виявили, що ключовими елементами місцевого досвіду спільного споживання їжі в Римі, є культура, автентичність, соціальна взаємодія, благоговіння, новизна, сервісний ландшафт та гостинність. Аналогічно, Атсіз О. та ін. [1] дослідили виміри досвіду спільного споживання їжі у Стамбулі, за допомогою традиційного аналізу користувацького контенту на сайтах EatWith та WithLocals з точки зору гостей. Їхнє дослідження показало, що чотирима вимірами досвіду спільного харчування є знання, автентичність, місцева гостинність та соціальна взаємодія. Веен Е. [38] дослідив соціальний аспект спільного

споживання їжі, пов'язаний з особистими транзакціями з незнайомцями. Він виявив, що залучення, довіра, обмін і комерціалізація є ключовими аспектами в цьому контексті.

Дослідники зосередилися на економічних і соціальних аспектах платформ спільного споживання їжі. Наприклад, Зурек К. [42] обговорив правові бар'єри та потенційні ризики, з якими стикаються платформи спільного використання їжі. Мхланга О. [22] дослідив, як платформи спільного використання їжі впливають на роботу ресторанів і повідомив, що платформи спільного використання їжі мають незначний вплив на ціни на їжу та доходи ресторанів у двох містах Південної Африки.

Оглядаючи сучасну літературу, ми бачимо, що спільне споживання їжі можна вважати новітнім трендом в економіці сумісного користування, який швидко розвивається. Тим не менш, дослідження досвіду спільного споживання їжі все ще перебувають на ранніх стадіях [1]. У інших бізнес-моделях економіки сумісного користування господарі діляться своїм житлом або транспортними засобами, тоді як у випадку спільного споживання їжі господарі не лише готують їжу, але й беруть активну участь в обіді разом з гостями. Отже, межі між господарями та гостями менш чіткі, що підкреслює важливість спільного створення досвіду обслуговування. Однак, незважаючи на його важливість, інтерактивна природа спільної трапези та спільна роль господарів і гостей у формуванні загального обіднього досвіду в існуючій літературі здебільшого залишаються поза увагою.

Картографування території домашніх ресторанів. Існує кілька різних способів класифікувати платформи домашніх ресторанів поряд з безліччю інших ініціатив, які уможливлюють «спільне харчування», а також такі практики, як управління харчовими відходами, обмін їжею та соціальні мережі. Крім того, класифікація грошових обмінів допомагає визначити, які платформи зосереджені на сприянні комерційним практикам, а які – на сприянні практикам з некомерційними мотивами.

У червні 2017 року Ecole Hoteliere Lausanne та Swiss Food Services проаналізували найновіші концепції гастрономії, засновані на сприйнятті швейцарських споживачів. Ключовим результатом стало розмежування практик «спільної» економіки (заснованої на однорангових транзакціях, що генерують невеликі фінансові вигоди та мають сильний громадський характер) та доставки їжі та кейтерингу (рис.3), які, як вважається, підпадають під парасольку бізнес-моделі Uber (з акцентом на зростанні та прибутках через нерівноправні відносини між платформами та постачальниками послуг). HOTREC та її асоціації-члени вважають, що чітке розуміння фундаментальних відмінностей між типами практик «спільного харчування» необхідне для всіх, хто залучений до формування та реалізації політики.

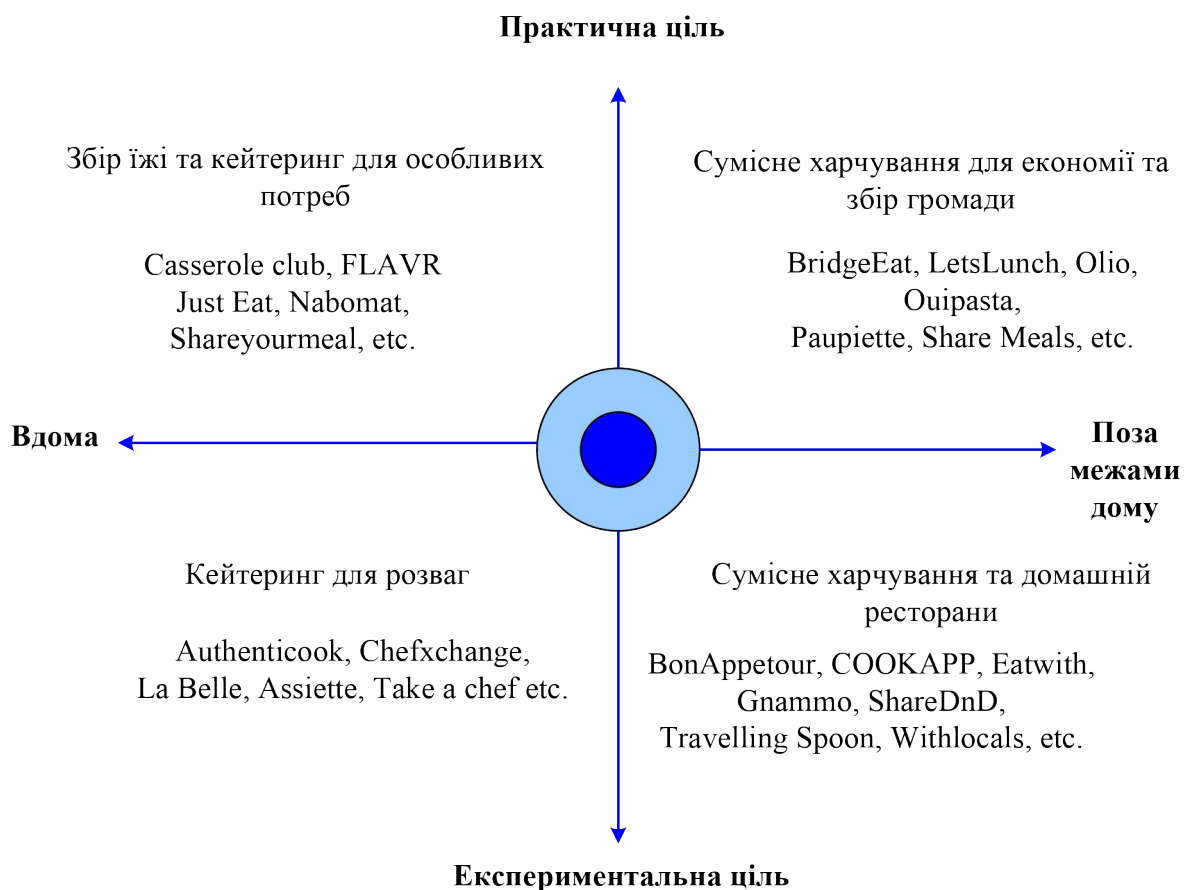


Рисунок 3 - Мапування онлайн-платформ у світі p2p-обідів

Джерело: [17].

Платформи працюють через клієнтів, які замовляють їжу через додаток. Платформи дозволяють клієнтам замовляти домашню їжу від шеф-кухарів-аматорів у районі. Клієнти забирають їжу з дому кухаря-любителя, попередньо перевіrivши заплановане меню і зробивши онлайн-замовлення. І останнє, але не менш важливе: є кілька прикладів платформ, які надають доставку їжі та послуги приватних обідів для людей похилого віку та інших груп, які не завжди можуть готувати для себе самостійно.

Платформи домашніх ресторанів працюють зі спільнотою шеф-кухарів, які бажають розкрутити свій профіль і залучити більше клієнтів. Шеф-кухари отримують замовлення на основі свого онлайн-меню та календаря на сайті. Далі вони піклуються про кожну деталь, від закупівлі необхідних інгредієнтів та приготування страв на кухні замовника до подачі кожної страви та прибирання перед від'їздом. Наприклад, *Raupiette* заснована у 2015 році у Франції, територія діяльності: 3 міста у Франції, 3.7K+ підписників у ФБ, повноцінні розваги, спеціальні заходи, будь-яка кухня, будь-який смак, все включено, жодних прихованих витрат, дружба та соціальні зв'язки навколо їжі, рішення щодо харчових відходів.

Платформи «спільного харчування» об'єднують сусідів та/або домашні ресторани з гостями. Створення соціальних переваг для різних груп користувачів є спільним знаменником цих платформ відповідно до мети, якій вони служать. Запити на їжу та бронювання відбуваються в режимі онлайн.

Платформи «Обмін їжею» з'єднують мандрівників з місцевими господарями. Потенційні гості вивчають різноманітні меню та страви, запропоновані місцевими господарями, перш ніж замовити їжу та відвідати господаря. Бізнес-модель цих платформ ґрунтується на комісійній винагороді - зазвичай близько 15%-20% - яка є часткою від вартості обіду, яку гості платять господареві. Щоб протистояти зростаючій конкуренції та урізноманітнити свої пропозиції, ці платформи регулярно додають нові послуги та враження, розширюють діапазон напрямків у своєму портфоліо та

розширюють свою фан- базу в соціальних мережах (наприклад, Facebook, Twitter, Instagram, Pinteest, Google+).

2.3.Вплив економіки сумісного користування на транспортний сектор

Прогнозується, що світовий ринок спільних поїздок зростатиме в середньому на 16,6% з передбачуваних 85,8 млрд доларів у 2021 році до 185,1 млрд доларів до 2026 року. Постачальники послуг мобільності інвестують у науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи для впровадження електромобілів та інших сучасних типів транспортних засобів в індустрію спільних поїздок. Didi Chuxing (Китай), Uber Technologies, Inc (США), Gett (Ізраїль), Lyft, Inc (США) і Grab (Сінгапур) є помітними гравцями на ринку спільних поїздок [26].

Мікромобільність описує різні транспортні засоби, які можуть вмістити одну або двох осіб. Спільна мікромобільність - це розумний варіант для тих, хто хоче швидко переміщатися містом і без проблем громадського транспорту. Зі зростанням завантаженості доріг у багатьох містах і необхідністю соціального дистанціювання зростає потреба у варіантах мобільності «від дверей до дверей», що можуть вирішити ці проблеми. Спільні велосипеди без док-станції, електровелосипеди та електроскутери не потребують субсидій, є вуглецево-нейтральними та більш стійкими до аварій, оскільки їх можна використовувати на різних смугах.

Очікується, що зростаючий попит і доступність стимулюватимуть використання мікромобільності найближчими роками. Наприклад, приблизно 50%-60% всіх поїздок на автомобілі в США становлять менше ніж 5 миль, що свідчить про те, що мікромобільність має потенціал замінити величезну частину миль, які проїжджає транспортний засіб по дорогах щороку. У той час як, за даними Департаменту транспорту Нью-Йорка, місто повідомило про

67%-ве збільшення використання системи спільного використання велосипедів Citi Bike у травні 2020 року [26].

Азіатсько-Тихоокеанський регіон, за оцінками, є домінуючим регіональним ринком. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні очікується, що країни, що розвиваються, зазнають значного зростання, насамперед у сфері міського транспорту. Високі темпи зростання населення в регіоні та зростаюча урбанізація посилили потребу в транспорті. Більшість країн регіону перемикають свою увагу на інтелектуальну особисту мобільність, щоб скоротити час у дорозі та затори. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні на 1000 осіб припадає значно менше транспортних засобів, оскільки дохід на душу населення в більшості цих країн нижчий, ніж у західних країнах. Таким чином, спільні поїздки дають користувачам відчуття володіння транспортним засобом за набагато нижчою ціною, ніж фактичне володіння ним. Тому споживачі віддають перевагу послугам спільних поїздок перед особистими транспортними засобами. Крім того, очікується, що такі фактори, як зростання щоденних поїздок на роботу в міських районах і зростаюча потреба в економії пального завдяки наданню поїздок пасажиром і колегам, які їдуть тим самим маршрутом, будуть підживлювати ринок спільних поїздок в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні.

Останні розробки:

1. У грудні 2021 року Lyft, Ford і Argo AI запустили автономний сервіс спільних поїздок у Майамі, виконавши спільне зобов'язання з розгортання автономних автомобілів Ford, що працюють на системі самостійного водіння Argo, у мережі спільних поїздок Lyft.

2. У листопаді 2021 року Uber Technologies, Inc. запустила Uber One у США, що являє собою єдине членство, яке об'єднує поїздки та доставку, щоб зробити кожен день легшим для користувачів зі щомісячною та річною підпискою.

У травні 2021 року DiDi Autonomous Driving, підрозділ Didi Chuxing, що займається технологіями самостійного водіння, і GAC Aion New Energy

Automobile, дочірня компанія Guangzhou Automobile Group, досягли угоди про стратегічне партнерство в розробці повністю автономних транспортних засобів на новій енергії з метою їх масового виробництва.

3. У травні 2021 року сервіси GrabPet XL та GrabCar Ехес надають більше можливостей для пасажирів Grab з різними вимогами до мобільності, водночас розширюючи можливості заробітку для відповідних вимогам водіїв-партнерів.

4. У квітні 2021 року Uber Technologies, Inc. і Walgreens представили нову функцію, яка дасть змогу споживачам записуватися на прийом до вакцинації у відділеннях Walgreens, а також планувати поїздки на Uber на прийом до вакцинації, і все це за допомогою декількох натискань через застосунок Uber. Оскільки всі дорослі в США мають право на вакцинацію проти COVID-19, Uber і Walgreens, як і раніше, зосереджені на тому, щоб транспорт ніколи не став перешкодою для вакцинації.

5. У січні 2021 року Gett залучила 115 мільйонів доларів США під керівництвом нового спонсора Pelham Capital Investments Ltd., а також включила участь неназваних наявних інвесторів. Включаючи цей раунд, Gett залучив 750 мільйонів доларів США з інвесторами, включно з VW, Access і його засновником Леном Блаватником, Kreos, MCI та іншими, а його остання оцінка становила 1,5 мільярда доларів США, прив'язана до збору коштів у розмірі 200 мільйонів доларів США в травні 2019 року.

6. У липні 2020 року Lyft запустив Проїзний Lyft, що дав змогу організаціям покривати витрати на поїздки для своїх людей - від співробітників і основних працівників до клієнтів, гостей і пацієнтів - водночас приділяючи першочергову увагу безпеці, зручності та гнучкості.

7. У лютому 2020 року Ola розширила свої послуги до Лондона. Платформа Ola буде повністю функціонувати з трьома категоріями: класи поїздок Comfort, Comfort XL і Ехес. На платформі Ola зареєструвалося понад 25 000 водіїв, що негайно збільшило масштаб її лондонської пропозиції.

8. У лютому 2020 року Grab залучив інвестиції в розмірі понад 850 мільйонів доларів США від японських інвесторів, включно з Mitsubishi UFJ

Financial Group Inc. і TIS Inc. Ці інвестиції будуть використані для створення доступних і недорогих фінансових послуг для Південно-Східної Азії з метою підвищення фінансової доступності в регіоні [26].

Очікується, що сегмент електромобілів стане сегментом, який найшвидше зростатиме в прогнозований період. У Китаї цілих 21% парку автомобілів для замовлення поїздок є електричними. Didi Chuxing Technology Co., що базується в Пекіні, найбільша у світі компанія із замовлення поїздок, має близько 1 мільйона електромобілів у своїй мережі, і до 2028 року планує досягти 10 мільйонів.

Крім того, останніми роками відбулися різні події, як-от у 2020 році Uber оголосила про нове партнерство з Lithium Urban Technologies, яка є одним із найбільших операторів парку електромобілів в Індії. Це партнерство задіє понад 1000 електромобілів для послуг Uber India Rentals і Premier у найближчі роки. Крім того, Uber запустив свою послугу Uber Green у Лондоні. Завдяки їй користувачі Uber у центрі Лондона тепер можуть запросити транспортний засіб із нульовим рівнем викидів замість автомобілів, що повністю або частково працюють на викопному паливі. У січні 2021 року Uber і в січні 2021 року розширили послугу Uber Green у США після запуску в 15 містах США у вересні. Такі розробки залучають більше людей до використання спільних поїздок на електромобілях [25].

Одним із найпоширеніших видів спільного використання транспортних засобів є каршерінг. Такий варіант мобільності дозволяє орендувати громадські автомобілі, змінюючи таким чином використання та володіння приватними автомобілями. Власником автомобіля може бути бізнес або приватна особа. Мета каршерінгу - полегшити пошук транспортних засобів, припаркованих у житлових районах, і водночас реалізувати принцип сталості. У наш час використання автомобілів полегшується завдяки мобільним додаткам. Завдяки простому доступу до смартфонів і мобільного інтернету каршерінг зростає і розширюється, що робить його основним видом транспорту [28].

Щодо економіки спільного використання в туризмі та транспортних платформ, доречно надати короткий опис найбільш популярних і часто використовуваних транспортних платформ. Ця інформація представлена в табл.2.

Таблиця 2 - Транспортні платформи економіки спільного туризму

Платформа	Рік заснування	Опис	Зогна дії
BlaBlaCar	2006	BlaBlaCar - французька онлайн-компанія зі спільного використання поїздок, що базується на почутті спільності: ціни обмежені, щоб водії не отримували прибутку, а пасажери платять тільки за поточні витрати.	Заснована у Франції, компанія працює в 22 країнах: Франція, Нідерланди, Бельгія, Люксембург, Німеччина, Хорватія, Індія, Італія, Угорщина, Мексика, Іспанія, Польща, Португалія, Сербія, Росія, Словаччина, Румунія, Туреччина, Україна, Велика Британія, Бразилія, Чехія.
Uber	2009	Платформа спільного використання автомобілів і технологій, включно з одноранговими сервісами UberX або Uber POP - водії-партнери платять компанії збір за навантаження і розвантаження.	Працює в 71 країні: більш ніж у 10 000 містах.
Lyft	2012	Платформа спільних поїздок - водієві платять за поїздки; компанія отримує комісію в розмірі 20%. Як і Uber, Lyft мав підрозділ з безпілотних автомобілів і бачив майбутнє таким, у якому водій-людина більше не буде потрібен.	Працює в 644 містах США та 12 містах Канади.
Gett	2010	Gett, ізраїльський застосунок для спільних поїздок, раніше відомий як Get Taxi, має базу користувачів, яка тьмяніє порівняно з Uber і Lyft.	Працює більш ніж у 100 містах по всьому світу, здебільшого у Великій Британії та Ізраїлі, але нещодавно закрила свою обмежену присутність у Сполучених Штатах.
Curb	2007	Curb відомий як найкращий додаток таксі в США. Платформа дає змогу користувачам зв'язуватися з таксистами поблизу прямо через свій смартфон і швидко замовляти поїздки до місця	Працює більш ніж у 45 містах США.

		призначення. Працює більш ніж у 45 містах США.	
Wingz	2011	Стартап із Сан-Франциско починав із надання транспортних послуг в аеропорти і з аеропортів.	Працює в 30 великих містах США через мобільний додаток.

Джерело: [28].

Представлені дані свідчать, що найпоширенішими автомобільними транспортними платформами є Uber та Bla Car. Uber Technologies принесла трохи менше ніж 44 мільярди доларів США чистої виручки у 2024 році. У технологічного гіганта було близько 171 мільйона щомісячних користувачів по всьому світу.

Аналізуючи послуги туристичних транспортних платформ, клієнти звертають увагу на характеристики транспортних засобів, за якими вони можуть оцінити якість послуг. Однією з таких характеристик, представлених на платформі, є інформація про автомобіль. Коли водії визначають свій профіль, їх просять надати інформацію про автомобіль, таку як модель, колір та тип транспортного засобу. На основі цієї інформації, наприклад, BlaBlaCar класифікує автомобілі на чотири категорії: «Базові», «Звичайні», «Комфортні» та «Розкішні». Ще одним важливим аспектом для клієнта при замовленні послуги є ціна. Ціна, як зазначено на платформах спільного використання транспортних засобів, може варіюватися залежно від відстані та інших обставин. Ціну встановлює водій, відхиляючись у межах ± 50 відсотків від встановленого тарифу. Економіка сумісного користування значно змінила туристичні звички та сприйняття подорожей. З одного боку, люди, як правило, мають сильніше почуття спільноти і можливість спілкуватися та обмінюватися ідеями з місцевими жителями. Мандрівники прагнуть збалансувати свій досвід і встановити та підтримувати соціальні відносини з іншими мандрівниками та місцевими жителями. Іншими важливими деталями, коли мандрівники замовляють транспортні послуги, є довіра та безпека [28].

Як згадувалося раніше, економіка сумісного користування, особливо в туристичному секторі, стикається з проблемами, пов'язаними з безпекою та довірою до онлайн-платформи. Слід зазначити, що недовіра пасажирів може бути перешкодою для багатьох для участі в економіці спільного споживання. Змінними довірчих відносин є взаємна довіра між покупцем і продавцем, споживачем і технологією, а також споживачем і компанією. Sthapit та ін., аналізуючи тему побудови довіри на платформах спільного використання, зазначають, що основна увага повинна бути зосереджена на довірі між господарями та мандрівниками. Автори також зауважують, що особи, які замовляють послуги трансферу, характеризуються особистою вразливістю. Паулаускайте та ін. підкреслюють, що мандрівники вимагають автентичних, орієнтованих на досвід можливостей для більш змістовного спілкування з місцевими жителями. Економіка спільного споживання виникла частково у відповідь на ці споживчі тенденції, які мають значний потенційний вплив на туризм. Модель туризму економіки сумісного користування ґрунтується на розвитку спільних послуг, які стимулюють туристичні потоки. Спільну економіку в туристичному секторі дослідники описують за чотирма критеріями, такими як довіра, єдність, технологія та трансформація. Дослідники трансформації інтерпретують традиційні ролі виробника і споживача, включаючи соціальні відносини.

ВИСНОВКИ

Термін «економіка сумісного користування» є відносно новим. Згідно з трендами Гугл, цей термін вперше з'явився у 2013 році, коли популяризація цього терміну ознаменувала появу та швидке зростання нового покоління сервісів спільного використання, заснованих на цифровій багатосторонній платформеній економіці, що частково стало можливим завдяки поширенню смартфонів. Загальноприйнятого визначення економіки спільного користування не існує. Однак у всіх існуючих описах і визначеннях фігурують три загальних ознаки: (1) надлишкова потужність, (2) великі децентралізовані мережі та (3) довіра між незнайомими людьми.

Послуги економіки сумісного користування в останні роки стали дуже популярними. Прогнозується, що загальна вартість глобальної економіки сумісного користування до 2030 року перевищить 1 трлн. дол. США порівняно з 366 млрд. дол. США у 2024 році. Це призведе до сукупного річного темпу зростання приблизно у 25%.

Одним з основних факторів попиту на ринку економіки сумісного користування є швидке зростання міського населення, що значно збільшило попит на гнучкі, економічно ефективні рішення. Крім того, можливості ринку економіки сумісного користування полягають у розширенні послуг за запитом додому.

Основні тенденції в галузі економіки сумісного користування є такі: розширення в нові сектори: крім транспорту і розміщення, це фінанси, охорона здоров'я (телемедицина), освіта і персональні послуги; гіперлокалізація: платформи дедалі більше уваги приділяють задоволенню конкретних потреб спільноти, пропонуючи послуги, адаптовані до місцевих ринків, такі як доставка продуктів харчування з місцевих джерел; інтеграція штучного інтелекту; інтеграція технології блокчейн: блокчейн вивчається для підвищення довіри, прозорості та безпеки транзакцій в економіці сумісного користування.

Якщо платформи сумісної економіки виявляться ефективнішими за інші засоби пошуку клієнтів, традиційні постачальники можуть навіть змінити свої пріоритети таким чином, що пошук через ці платформи стане основним каналом збуту.

Фактори, що сприяють зростанню P2P економіки в секторі розміщення: кількість людей, які подорожують, щороку зростає; лоукости дозволяють подорожувати набагато ширшому соціально-економічному прошарку населення: онлайн турагенства, такі як Expedia, Booking.com та Trip.com допомогли споживачам відчувати себе більш впевнено, бронюючи подорожі онлайн; цифрові технології знизили витрати на пошук, відстеження та перевірку бронювання житла; двосторонні відгуки гостей і провайдерів допомогли підвищити рівень «довіри незнайомця», який вимагається від як від провайдера, так і від гостя; зростаючий інтерес мандрівників до більш автентичних вражень зумовлює попит на нетрадиційні розміщення та тісніші зв'язки з приймаючими громадами.

Airbnb демонструє приголомшливе зростання з моменту свого заснування. Станом на 2024 рік понад п'ять мільйонів господарів розмістили свої об'єкти на Airbnb, зафіксувавши до 1,5 мільярда чек-інів гостей. У 2024 р. в усьому світі було заброньовано понад 490 млн. ночей, унаслідок чого виручка Airbnb сягнула понад 11 мільярдів доларів США.

Динаміка зміни кількості ночей, проведених туристами в секторі короткострокової оренди ЄС, показує, що кількість ночей, проведених в закладах короткострокового розміщення через платформи сумісного користування до 2022 року наближувалась до традиційної форми, а у 2023 році навіть перевищила традиційний сектор.

Спільне використання домашніх страв в індивідуальних будинках стало однією з останніх тенденцій в економіці сумісного користування. Популярність цього експериментального явища, яке часто називають «Airbnb для їжі» або P2P-обідами, стрімко зростає: близько 250 000 споживачів користуються такими платформами, як VizEat та EatWith.

Платформи «спільного харчування» об'єднують сусідів та/або домашні ресторани з гостями. Створення соціальних переваг для різних груп користувачів є спільним знаменником цих платформ відповідно до мети, якій вони служать. Запити на їжу та бронювання відбуваються в режимі онлайн.

Прогнозується, що світовий ринок спільних поїздок зростатиме в середньому на 16,6% з передбачуваних 85,8 млрд доларів у 2021 році до 185,1 млрд доларів до 2026 року. Зростання урбанізації, проникнення інтернету і смартфонів, а також збільшення вартості володіння транспортним засобом стимулюють зростання ринку спільних поїздок. Представлені дані свідчать, що найпоширенішими автомобільними транспортними платформами є Uber та Bla Car.

Модель туризму економіки сумісного користування ґрунтується на розвитку спільних послуг, які стимулюють туристичні потоки. Спільну економіку в туристичному секторі дослідники описують за чотирма критеріями, такими як довіра, єдність, технологія та трансформація.

Європейська спільнота робить певні кроки для легалізації неформальної економіки, так 7 листопада 2022 року Європейська комісія опублікувала пропозицію про регулювання збору та обміну даними, що стосуються послуг короткострокової оренди житла. Пропозиція робить внесок у пріоритет Комісії щодо забезпечення відповідності ЄС цифровому століттю.

У березні 2024 року Рада ЄС ухвалила регламент щодо збору та обміну даними про послуги короткострокової оренди житла. Він має на меті допомогти органам влади збирати достовірну статистику та вживати обґрунтованих регуляторних заходів для вирішення таких ключових питань, як доступність житла. Нові правила запроваджують уніфіковані вимоги до реєстрації для господарів та об'єктів короткострокової оренди, включаючи надання унікального реєстраційного номера, який буде відображатися на сайтах нерухомості та онлайн-платформах. Це положення має на меті підвищити прозорість цієї діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Atsız O., Cifci I., Law R. Understanding food experience in sharing-economy platforms: Insights from Eatwith and Withlocals. *Journal of Tourism and Cultural Change*. 2022. 20(1-2), 131-156
2. Benkler Y. Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. 2004. *Yale LJ*, 114, 273.
3. Benkler Y. The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom. 2006. USA: Yale University Press.
4. Bergh A., Funcke A., Wernberg J. The Sharing Economy: Definition, Measurement and its Relationship to Capitalism. IFN Working Paper No. 1380, 2021. URL: <https://ifnstorprodsc01.blob.core.windows.net/wfiles/wp/wp1380.pdf>
5. Botsman R., Rogers R. What's mine is yours. The rise of collaborative consumption. 2010. New York: Harper Collins.
6. CNBC. Sharing Economy. What's cooking in the sharing economy? Plenty. 2015. URL: <https://www.cnbc.com/2015/09/16/sharing-economy-plenty-of-meal-sharing-platforms-emerge.html>
7. European Parliament. Tourism and the sharing economy: challenges and opportunities for the EU. 2015. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/563411/IPOL_STU\(2015\)563411_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/563411/IPOL_STU(2015)563411_EN.pdf)
8. European Parliament. Tourism and the sharing economy. 2017. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI\(2017\)595897_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI(2017)595897_EN.pdf)
9. Eurostat. Database. 2025. <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
10. Evans D. S., and Schmalensee R. Matchmakers: The new economics of multisided platforms. 2016. Harvard Business Review Press.
11. Frenken K., and Schor J. Putting the sharing economy into perspective. In *A Research Agenda for Sustainable Consumption Governance*. 2019. Edward Elgar Publishing.

12. Gansky L. The mesh: Why the future of business is sharing. 2010. USA: Penguin press.
13. Hamari J., Sjöklint M., and Ukkonen A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*. 2016. 67(9): 2047–2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
14. Heinrichs H. Sharing economy: a potential new pathway to sustainability. 2013. *GAIA Ecological Perspectives for Science and Society*, 22(4): 228–231.
15. Heo C. H. Sharing economy and prospects in tourism research. *Annals of Tourism Research*. 2016. Vol. 58, 166-170. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.002>
16. Heo C. Y., Kim B. Beyond the Plate: Exploring the Experiential Values of Meal Sharing. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2024. 48(8), 1287-1301. <https://doi.org/10.1177/10963480241230951>
17. HOTREC. Shedding light on the ‘meal-sharing’ platform economy. Proposals to level the playing field with the food sector. 2018. URL: <https://datas.com/hotrec/report-meal-sharing-economy/files/assets/common/downloads/Shedding%20Light%20on%20the%20Meal-Sharing%20Platform%20Economy.pdf>
18. Kalaitan, T., Hrymak, O., Kushnir, L., Kondrat, I., Yaroshevych, N. Shadow economy in the hospitality industry. Ways of it's educe in Ukraine. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. Vol. 2. No. 49. P. 300–312. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.49.2023.4002>
19. Kandampully J., Zhang T.(C)., Jaakkola, E. Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2018. 30(1), 21-56.
20. Ketter E. Eating with EatWith: analysing tourism-sharing economy consumers. *Current Issues in Tourism*. 2019. 22(9), 1062-1075
21. Lessig L. Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy. 2008. Penguin

22. Mhlanga O. 'Meal-sharing' platforms: a boon or bane for restaurants? *Current Issues in Tourism*. 2020. 25(20), 3291-3308.
23. OECD. Policies for the tourism sharing economy, in *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, OECD Publishing, Paris. doi: <https://doi.org/10.1787/tour-2016-7-en>
24. OECD Tourism Trends and Policies 2024. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_80885d8b-en.html
25. OpenPR. Ride Sharing Market 2021-2026| MarketsandMarkets. 2021. URL: <https://www.openpr.com/news/2331412/ride-sharing-market-2021-2026-marketsandmarkets>
26. OpenPR. Ride Sharing Market: Opportunities & Developments. 2022. URL: <https://www.openpr.com/news/2614522/ride-sharing-market-opportunities-developments>
27. OpenPR. U.S. Sharing Economy Market to Reach \$298.7 Billion by 2034: 7.2% CAGR Growth From 2024-2034. 2025. URL: <https://www.openpr.com/news/3940171/u-s-sharing-economy-market-to-reach-298-7-billion-by-2034-7-2>
28. Perkumienė D., Vienažindienė M., Švagždienė B. The Sharing Economy towards Sustainable Tourism: An Example of an Online Transport-sharing Platform. *Sustainability*. 2021. 13(19), 10955. <https://doi.org/10.3390/su131910955>
29. Proficient Market Insights. Global sharing economy industry research report, competitive landscape, market size, regional status and prospect. 2022. URL: <https://proficientmarketinsights.com/enquiry/request-sample/21776202>
30. Proficient Market Insight. Sharing Economy Market. Forecast 2023-2032. 2023. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/request-sample/231156>
31. Schor J. Debating the Sharing Economy, 2014. Great Transition Initiative, (October 2014).
32. Statista. Share of people in the United States familiar with sharing economy services from 2015 to 2018. 2023. URL:

<https://www.statista.com/statistics/875245/familiarity-with-sharing-economy-services-in-the-united-states/>

33. Statista. Value of the sharing economy worldwide in 2021 and 2023 with a forecast for 2027 and 2031. 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/830986/value-of-the-global-sharing-economy/>

34. Statista. Airbnb - statistics & facts. 2025. <https://www.statista.com/topics/2273/airbnb/#topicOverview>

35. Sundararajan A. The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism. Mit Press. 2016.

36. Think Tank. European Parliament. Data collection and sharing relating to short-term accommodation rental services. 2024. URL: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2023\)739334](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2023)739334)

37. Trusted homes backed by Marriott. Marriott: website. 2025. URL : <https://homes-and-villas.marriott.com/>

38. Veen E. J. Fostering community values through meal-sharing with strangers. *Sustainability*. 2019. 11(7), 2121.

39. Williams C. C. and Horodnic I. A. Regulating the sharing economy to prevent the growth of the informal sector in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2017. 29(9). pp. 2261-2278. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2016-0431>

40. World Bank Group. Tourism and the Sharing Economy: Policy & Potential of Sustainable Peer-to-Peer Accommodation. 2018. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/161471537537641836/pdf/130054-REVISED-Tourism-and-the-Sharing-Economy-PDF.pdf>

41. World Tourism Barometer. International tourist arrivals recover pre-pandemic levels in 2024. 2025. URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>

42. Zurek K. Food sharing in Europe: Between regulating risks and the risks of regulating. *European Journal of Risk Regulation*, 2016. 4, 675-687.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Міжнародні туристичні прибуття

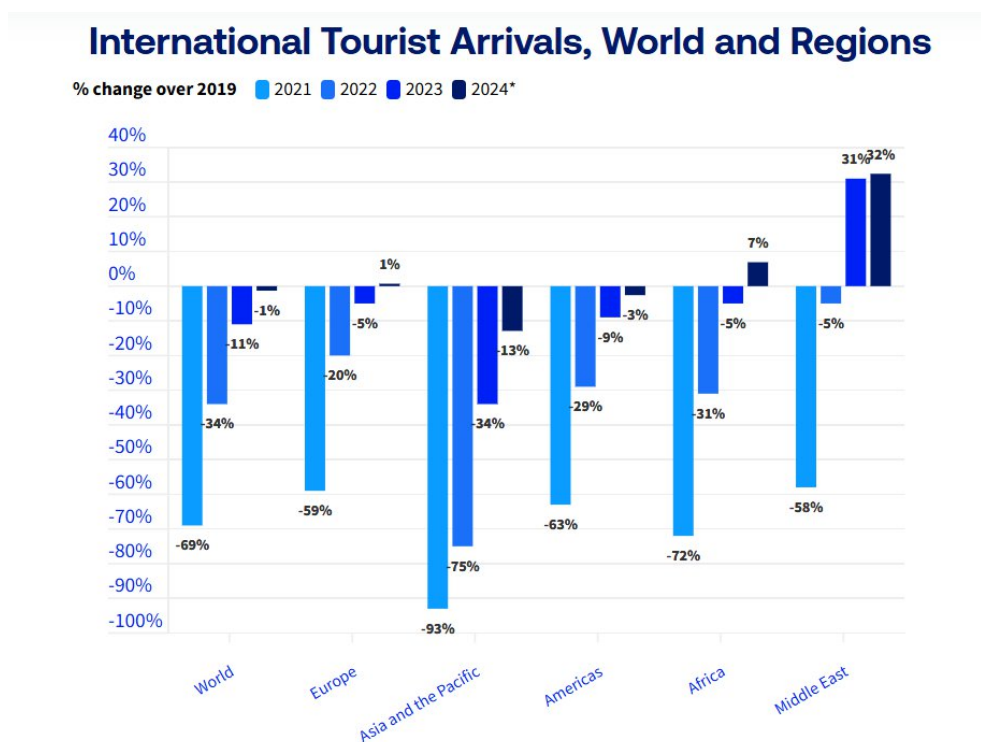


Рисунок А.1 – Міжнародні туристичні прибуття за 2022-2024рр. у відсотках до 2019р.

Джерело: [41].

Додаток Б

Результати опитування експертів ООН Туризм стосовно подальшого розвитку індустрії

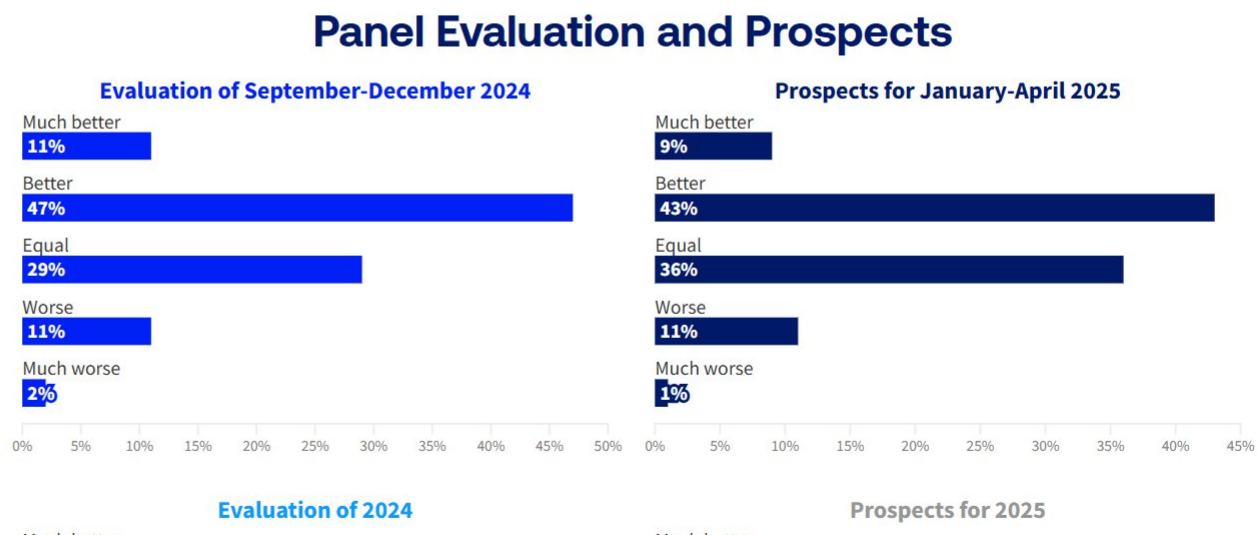


Рисунок Б.1 - Результати опитування експертів ООН Туризм стосовно подальшого розвитку індустрії станом на 2025 рік

Джерело: [41].

Додаток В

Оголошення від готельної мережі Marriott International про оренду будинків

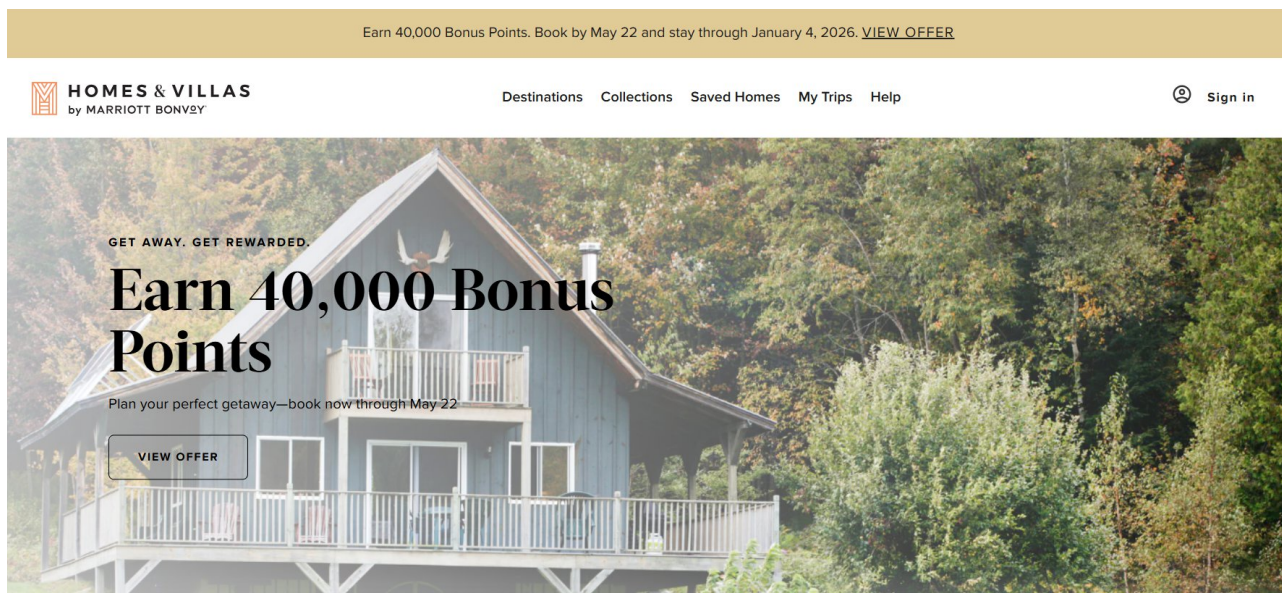


Рисунок В.1 – Оголошення від готельної мережі Marriott International про оренду будинків

Джерело: [37].