

*С.С. Кравцов, к.держ.упр.
Київський національний торговельно-економічний університет
м. Київ*

linnslav@hotmail.com

*Р.А. Рубель
Київський національний торговельно-економічний університет
м. Київ*

dfghaytaj@ukr.net

РОЛЬ SHARING ECONOMY В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Стрімкий розвиток інформаційних технологій, розширення доступу до всесвітньої мережі Інтернет, а також підвищення рівня мобільності в суспільстві привело до формування нового підходу до використання ресурсів – економіки спільної участі (sharing economy). Сервіси sharing economy впливають на традиційний ринок послуг, у тому числі туристичних, оскільки вони дозволяють отримувати послуги без посередників за привабливою ціною. Подальше ігнорування суб'єктами туристичної діяльності ресурсів sharing economy може викликати зменшення кола потенційних туристів, що обумовлює актуальність дослідження.

Метою дослідження постає визначення шляхів підвищення ролі ресурсів sharing economy в господарській діяльності суб'єктів туристичної діяльності.

У доповіді, підготовленій 2013 р. групою аналітиків PricewaterhouseCoopers для Європейської комісії, автори визначають економіку спільної участі як таку, що об'єднує «компанії, які застосовують бізнес-моделі, базовані на наданні доступу до чогось на ринках, які функціонують за принципом реєг-to-реєг». У цій моделі учасники-споживачі платять за право тимчасового використання (доступу) до ресурсу, який належить іншим учасникам (їх автори теж називають споживачами), тоді як компанія просто зводить тих і інших разом [1].

Отож суть sharing economy полягає в тому, що людям пропонується спільна участь у здійсненні різноманітних економічних транзакцій. Транзакції в економіці спільної участі подібні до оренди або прокату, в яких один учасник платформи може за плату надати в користування свою машину, квартиру або будь-який інший об'єкт (предмет одягу, інструмент тощо) [2]. Для позначення цього процесу часто використовують поняття «ділитися» (яке і склало основу для назви цієї системи в англійській мові – sharing economy), однак власники ресурсів насправді не діляться ними, а використовують їх у звичайній бізнесовій транзакції, отримуючи за це гроші.

Економіка спільної участі створює передумови для більш ефективного використання тих продуктів, які надаються в оренду чи користування – наприклад, ресурсу автомобіля, власник якого може використати його не тільки для власних потреб, а й покрити потреби інших, тим самим позбавляючи їх необхідності купувати машину [3, 4].

Розвиток економіки спільної участі змінює тенденції розвитку світового туризму та функціонування туристичного бізнесу. Традиційні посередники в туризмі вже не можуть не звертати увагу на сервіси економіки спільної участі. Адже створюється все більша кількість шерінгових платформ, які пропонують послуги з надання житла, транспортні послуги, а також, послуги харчування та екскурсійного обслуговування. З нині існуючих платформ в економіці спільної участі, що пов'язані з туризмом в світі можна виділити такі (табл. 1).

Таблиця 1

Міжнародні шерінгові інтернет-платформи, що пов'язані з туризмом станом на січень 2017

Платформа	Кількість користувачів	Обсяг ринку
Розміщення		
Airbnb (короткострокове проживання, з 2008 р.)	100 мільйонів гостей з моменту заснування	30 млрд. \$ США
Homeaway (відпустка, оренда житла, з 2005 р.)	Понад 1,2 мільйона бронювань	3,9 млрд. \$ США
Транспорт		
Uber (транспортна платформа на коротких відстанях, з 2009 році)	40 мільйонів щомісячно користувачів	68 млрд. \$ США
BlaBlaCar (платформа для подорожей на довгі дистанції, з 2006 р.)	35 мільйонів користувачів	1,6 млрд. \$ США
Подорожі		
Vayable (індивідуальні тури і подорожі, платформа з 2011 р.)	Дані приховані	Дані відсутні
ToursByLocals (приватна екскурсійна платформа, з 2008 р.)	1 905 туристів	Дані відсутні

За даними ОЕСР, компанії економіки спільної участі можуть сприяти подорожам туристів туди, де раніше туризм не був розвинений. Наприклад, у дослідженні 2016 року Observatoire Valaisain, аналізуючи вплив Airbnb на туризм у Швейцарії, виявили, що Airbnb сприяв туризму в деяких містах Швейцарії, де висока вартість

проживання в готелях, що раніше заважало деяким туристам залишатися там.

Таким чином, економіка спільної участі виступає як конкурент туристичних компаній і має свій ряд переваг та недоліків. У той же час треба міняти таку ситуацію і шукати способи перетворення ресурсу економіки спільної участі з конкурентної одиниці на інструмент туристичної компанії, який би міг використовуватися під час організації подорожей. Подорожі з використанням економіки спільної участі можуть зайняти нову нішу на ринку туристичних послуг, тому їх важко віднести до певної, вже традиційної, категорії турів. Можливими конкурентами такого продукту можуть бути звичні індивідуальні тури з використанням уже напрацьованої бази готельних номерів та засобів пересування. Туристичній фірмі було б доцільно надавати консалтингові послуги щодо використання туристами технологій sharing economy. Туристична фірма завдяки своїм ресурсам та іміджу може нівелювати такі недоліки онлайн сервісів економіки спільної участі, як сумнівна безпека та необізнаність в тому, як використовувати дані сервіси.

1. The Sharing Economy: Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets. September 2013 [Electronic resource] : [Website] // Electronic data. – 2017. – Access mode: [Models-for-Peer-to-Peer-Markets](#)
2. Inman, Philip. Uber and Airbnb show the sharing economy is on its way – like it or not [Electronic resource] : [Website] // The Guardian. June 2014 Electronic data. – 2017. – Access mode: <https://www.theguardian.com/2014/jun/15/uber-airbnb>
3. Baker, Dean. Don't buy the “sharing economy” hype – Airbnb and Uber are facilitating rip-offs. [Electronic resource] : [Website] // The Guardian Electronic data. – 2017. – Access mode: <https://www.theguardian.com/taxes-regulation>
4. Cassinelli, Enrico. How Collaborative Consumption Will Improve Our Production Systems. March 2013 [Electronic resource] : [Website] // Electronic data. – 2017. – Access mode: <https://www.rstreet.org/wp-content/uploads/2014/07/RSTREET26.pdf>