

Інновації з'являються і у стартапів, які намагаються пробитися зі своїми ідеями. Страховики не дуже хочуть працювати з молодими стартапами, тому що їх ідея не була апробована на ринку, тим самим не даючи їм шансу на "запуск" та зрілість. Креативні інновації варті того, щоб їх фінансувати. Від надання шансу наймолодшим протестувати ринок з інвестуванням у стартапи, до відкриття доступу до своїх баз даних та страхових можливостей.

З урахуванням вищенаведеного можливо зробити висновок, що середа InsurTech в туризмі лише формується. Страхові компанії повинні будуть впроваджувати інновації в туристичному страхуванні для отримання конкурентної переваги у цьому новому середовищі InsurTech, одночасно підвищуючи стійкість свого бізнесу та страхового портфелю.

Література:

1. Палайда Р. InsurTech – это цифровые технологии, которые облегчают жизнь и экономят время. URL: <https://forinsurer.com/public/21/03/12/4930> (дата звернення: 27.01.2022).
2. Insurtech innovation can digitally transform the travel sector. URL: <https://www.phocuswire.com/Insurtech-innovation-digitally-transform-travel-sector> (дата звернення: 27.01.2022).
3. Polish insurtechs. URL: https://www.cashless.pl/report/polish_insurtechs_2021.pdf (дата звернення: 27.01.2022).

ЕКОНОМІКА СПІЛЬНОГО КОРИСТУВАННЯ ЯК МОДЕЛЬ ПОВЕДІНКИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

М. С. НАУМОВ, канд. екон. наук, доц.,

доц. кафедри економічної теорії та міжнародної економіки

А. О. ТРУТЬКО, студент

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Одним із визначальних процесів сучасного етапу розвитку суспільства є цифровізація. Відповідно до вітчизняного законодавства цифровізація – це «насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливорює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір» [1]. Наведене визначення пояснює погляд на цифровізацію лише з точки зору державних органів. Разом із тим у літературі запропоновані й інші підходи: з точки зору науковців, бізнесменів та суспільства [2]. Якщо аналізувати цифровізацію з наукової точки зору, то її можна визначити як процес еволюції суспільних відносин та їх орієнтованості, викликаний розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Представники бізнесу акцентують увагу на механізмі зміни моделі ведення підприємництва з метою отримання конкурентних переваг, створення додаткової вартості та підвищення ефективності існуючих бізнес процесів. Нарешті, для суспільства цифровізація означає нову парадигму розвитку нації,

що базується на щоденному використанні цифрових технологій в усіх сферах, яка забезпечує оперативність обміну даними та швидкий доступ до інформації. Наслідком зазначених перетворень стало формування економіки спільного користування (шерингової економіки) яка являє собою поєднання горизонтальних бізнес зв'язків та інформаційної платформи, що дозволяє інтегруватись мільйонам продавців та покупців. У такій економіці принципово міняється поведінка суб'єктів: вони відносяться один до одного як рівні. Звісно, суб'єктами шерингової економіки можуть бути великі корпорації, але вони беруть учать нарівні з іншими, не мають жодних істотних переваг та не можуть зловживати своєю ринковою владою.

Сутність економіки спільного користування полягає у максимально ефективному використанні ресурсів, яке досягається за рахунок обопільно вигідного обміну або надання непотрібних (тимчасово чи постійно) благ у користування іншим суб'єктам. Для значної кількості людей так поведінка дозволяє лише компенсувати власні витрати, проте для інших вона перетворюється на бізнес-модель фірми, яка передбачає свідоме придбання певного ресурсу для подальшого надання зацікавленим особам.

У сучасному глобальному світі економіка спільного користування оцінюється в декілька десятків мільярдів доларів і прогнозується, що усього через декілька років її обсяг складатиме 335 мільярдів доларів [3]. Елементи шерингової економіки з'явилися майже півстоліття тому, але лише в умовах цифровізації вона почала набувати настільки істотного значення.

Популярність моделі спільного користування пояснюється її численними перевагами, серед яких можна виділити наступне: економія коштів та часу (витрати на оренду товарів набагато менше, ніж на покупку), фінансова вигода (отримання доходу від надання речей, які в іншому випадку не використовувалися б), збільшення обсягів реалізації, додаткові можливості (отримати в тимчасове користування можна набагато більше речей, ніж придбати), більш згуртовані спільноти (наявність рейтингів та оглядів змушують учасників спільноти бути чесними, а міжособистісна співпраця зміцнює довіру).

Чинники, які стримують розвиток економіки спільного користування, пов'язані з неспроможністю держави регламентувати діяльність її учасників. Найбільш проблематичним є оподаткування у зв'язку з відсутністю дієвих механізмів відстежування грошових потоків. Вагомим недоліком шерингової економіки є відсутність можливостей забезпечити належні умови праці, гарантувати відповідну якість товарів або послуг, оформити офіційне працевлаштування, оскільки платформи позиціонують себе у якості посередника і перекладають відповідальність на безпосереднього виробника або постачальника послуги. Дискусійним залишається питання щодо можливості надання окремих видів послуг шеринговими компаніями, що змушує владні органи окремих держав обмежити діяльність сервісів спільного користування. Нарешті, вкрай складно вести статистичний облік розмірів шерингової економіки.

Загалом, можна виділити декілька типів споживання, що створюють передумови для становлення економіки спільного користування. Одним із них є краудфандинг, який полягає у вкладенні коштів споживачем у створення нових продуктів. Іншим типом є персоналізоване споживання, коли кінцевий споживач підлаштовує продукти під свої особисті потреби. Далі – попит на ремісництво, який стрімко зростає як наслідок невдоволення продукцією масового виробництва і бажання отримати унікальні товари або послуги. Наступний тип – спільне споживання, яке передбачає придбання товарів для користування групою осіб. І останнє – спільне творення цінності, коли внесок споживача у розробку кінцевого продукту стає настільки серйозним, що зникає межа між ним та виробником.

Література:

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 7-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p> (дата звернення: 20.01.2022).
2. Руденко М. В. Цифровізація економіки: нові можливості та перспективи. *Економіка та держава*. 2018. № 11. С. 61-65.
3. Яковлева М. Поділитися зі світом: що дає українцям шерінгова економіка. *Український тиждень*. 2019. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/229889> (дата звернення: 20.01.2022).

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО КОРПОРАТИВНОГО НАВЧАННЯ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

В. М. ЗІНЧЕНКО, старший викладач кафедри
індустрії гостинності та сталого розвитку

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, м. Київ, Україна

І. А. ОСТРОВСЬКИЙ, канд. екон. наук, доц.,

доц. кафедри економічної теорії та міжнародної економіки

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Готельно-ресторанний бізнес є найбільш комплексним складником індустрії гостинності та важливою підсистемою даного сектору економіки. Незважаючи на те, що на теперішній момент економіка переживає один з істотних спадів за багато років, лідери галузі продовжують інвестувати кошти в розвиток персоналу. Повернення на вкладені інвестиції (ROI) від навчання персоналу готелю є одним з найвищих відносно до інших витрат готелю. Фактично основний продукт, що продає готель або ресторан, – це сервіс. Будь-який бізнес повинен розбудовувати свій основний продукт, тому рішення вкладати кошти в навчання персоналу є стратегічно правильним і економічно обґрунтованим.