

## РОЗДІЛ 2

# СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

# І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 338.22:339.9

**Бабич Т. О.**

Київський національний університет імені Вадима Гетьмана

### НОВІ ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Проаналізовано трансформаційний вплив віртуалізації та розвитку ІКТ на бізнес-моделі індустріального та постіндустріального суспільства. Досліджено особливості функціонування нових форм підприємництва, заснованих на засадах економіки спільної власності. Розкрито суть сучасних соціально-економічних інновацій. Вивчено практику та проблеми правового регулювання нових соціально-економічних відносин, які виникають під час реалізації проектів економіки спільної власності.

**Ключові слова:** віртуалізація, інновації, соціально-економічні інновації, бізнес-модель, власність, приватна власність, економіка спільної власності, ІКТ, інноваційне підприємництво, стандартизація, уніфікація.

**Постановка проблеми.** Віртуалізація економіки як наслідок динамічного та тотального процесу проникнення інформаційно-комунікаційних технологій в усі сфери життя спричиняє виникнення нових форм інноваційного підприємництва, які були б неможливі за попередньої індустріальної хвилі розвитку. Нові молоді компанії відрізняються від попередніх гігантів масового та стандартизованого виробництва, по-перше, динамічністю, швидкістю прийняття рішень; по-друге, приналежністю за кількістю працівників до малого або середнього бізнесу; по-третє, виробництвом товарів та наданням послуг, які часто не мають матеріального та фізичного втілення; по-четверте, намаганням налагодити свою комерційну діяльність згідно з принципами соціальної відповідальності. Гостра конкуренція між виробниками товарів масового виробництва змушує їх шукати нові маркетингові стратегії, тому все частіше споживач починає розглядатися як партнер, думки якого щодо якості та інших властивостей продукту мають найбільшу вагу під час подальшої діяльності. Як зазначає Є. Тоффлер [1], зникає кордон між покупцем і продавцем. Це сприяє народженню нового суб'єкта ринкових відносин, якого можна назвати просьюмером (prosumer), тобто покупцем, який самостійно задовольняє свої потреби.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми економіки спільної власності у вітчизняній науковій літературі свого висвітлення не знайшли. Навіть загальноприйнятого перекладу основних термінів, таких як, наприклад, Sharing economy, на разі немає. З іншого боку, закордонні науковці вже давно зацікавилися новими формами інноваційного підприємництва, які за основу беруть Sharing economy. Багато уваги новим бізнес-моделям приділяють великі наукові інститути, випускаючи дослідження, присвячені даній проблематиці [13]. Аналізом соціально-економічних інновацій, до яких прийнято включати економіку спільної власності, займається багато закордонних авторів [7; 8; 10; 14]. Статистичні дані публікуються онлайн-платформами [3–6], які рекламують свою діяльність.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Невивченими залишаються особливості бізнес-моделі підприємств Sharing economy

та їх нормативно-правова регламентація, а також наслідки поширення нових форм підприємництва на макро- та мікроекономічному рівнях.

**Мета статті** полягає в аналізі бізнес-моделей економіки спільної власності як однієї з форм соціально-економічних інновацій, які базуються на віртуалізації та розповсюдженні ІКТ.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Найбільш яскравим прикладом нових форм інноваційного підприємництва протягом останніх років стали компанії, які можна об'єднати в спільну економічну систему, яка називається Sharing economy. Компанії Sharing economy надають послуги, які належать до категорій «Бізнес для Бізнесу», «Клієнт для Клієнта», «Бізнес для Клієнта», «Клієнт для Бізнесу», «Машина для Машини». Головною відмінною рисою нових компаній, які створюються в рамках Sharing economy, є деградація ролі посередників. Перші стартапи за допомогою нових технологій пропонували послуги та товари на базі «Клієнт для Клієнта». Таким чином, віртуалізація та ІКТ знову призводять до зникнення чергового ключового елемента ринкової системи – посередника. Зі зростанням інформаційної та технологічної грамотності середньостатистичного споживача потреба у додатковій ланці між ним та виробником просто зникає, адже споживач уже сам здатен визначити, який товар йому потрібен, знайти його виробника та заключити взаємовигідну угоду. Підривається традиційна модель індустріального суспільства: власниками виступають корпорації, споживачами – люди. Тепер людина може втілювати в собі обидві ролі: і споживача, і власника.

На рис. 1 приведено основні технологічні фактори, які трансформують усталені бізнес-моделі. Як видно з рисунку, 12% опитаних респондентів вважають, що Sharing economy є одним з основних трендів економічного та технологічного розвитку, які будуть мати найбільший вплив на промисловість і бізнес до 2020 р.

Першою компанією, яка розпочала роботу за правилами Sharing economy на комерційній основі, став відомий та популярний наразі сервіс Airbnb, запущений у 2007 р. У 2013 р. на сайті сервісу було виставлено 250 тис. кімнат у 30 тис. містах серед 192 країн [2]. Користувачами сервісу є

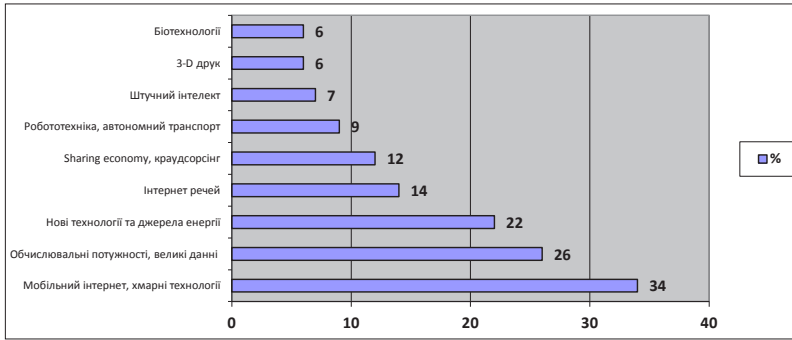


Рис. 1. Рейтинг технологічних чинників трансформації галузі економіки, % опитаних [11, с. 8]

близько 4 млн. людей на рік. Після десяти років його успішного функціонування можна стверджувати, що головною інновацією, яку він приніс із собою, стала схема побудови бізнесу, заснованого на довірі. Причому ця довіра має існувати як між сервісом і споживачем послуг, так і між самими користувачами. Відкритість людини в соціальних мережах, добровільне розголошення персональної інформації на сервісах оренди дає змогу заздалегідь упевнитися в особі як клієнта, так і орендодавця. Відтепер незнайомиць-іноземець користується таким самим рівнем довіри, як і відомі компанії зі світовим ім'ям. Якщо глобальні компанії будують свій бізнес на основі стандартизації та уніфікації своєї продукції та послуг, то сервіси Sharing есоному надають можливість користувачу отримати унікальні, автентичні та персоналізовані послуги та товари. Нині близько ста компаній, які належать до великих, пропонують послуги за схожою схемою: Parking Panda, Pog Vacay, Rentoid, SnapGoods, Liquid, Zipcar, relayRides, Getaround, SideCar, Lyft. Майже всі бізнес-моделі, розгорнуті компаніями в Sharing есоному, мають схожу структуру. Певною мірою всі вони являють собою платформу або онлайн-ринок, через які попит на певні активи або послуги зводиться з правом власності на ці активи і послуги іншими особами. Механізм зведення може керуватися попитом (наприклад, Peerby), пропозицією (наприклад, Sorted) або комбінацією обох методів (наприклад, Fixura). Графічне представлення бізнес-моделі «Клієнт для Клієнта» представлено на рис. 2.

Завдяки платформі «Клієнт для Клієнта» учасники публікують свої запити, на які відповідають інші учасники платформи.

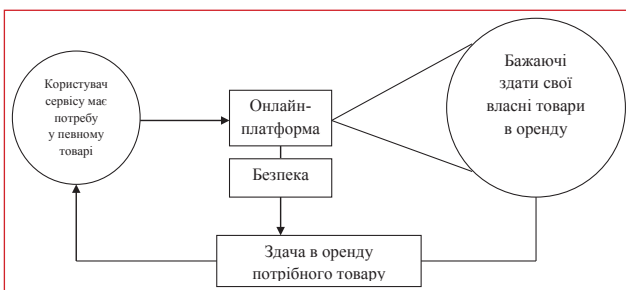


Рис. 2. Бізнес-модель Sharing есоному [4, с. 6]

Sharing есоному охоплює багато різних галузей промисловості, кожна з яких має власний ринковий потенціал. Ринок грошових позик Person to Person зростає швидкими темпами – на 250% за рік [13]. Наприклад, у США такі компанії, як Club7, уже оперують загальною сумою кредитів у розмірі понад 1,5 млрд. доларів США [3]. В Європі

даний ринок усе ще відносно невеликий, але показує потенціал до зростання. Потенціал компаній, що працюють за моделлю Sharing есоному, чудово ілюструють обсяги фінансування, що були успішно залучені американськими стартапами. TaskRabbit, запущений у 2008 р., вже отримав інвестицій у розмірі 37,7 млн. доларів США [5]. Його внутрішній конкурент Zaarly може похвалитися залученими 15,2 млн. доларів США [6].

68% споживачів, які використовують глобальні онлайн-платформи, готові ділитися або здавати в оренду свої особисті речі через мережеві сервіси [13]. Дві третини, ймовірно, готові користуватися продуктами і послугами інших учасників платформи [13]. За даними опитування N.V. Nielsen [13], більше чверті (28%) глобальних респондентів готові ділитися або здавати в оренду свої електронні пристрої за окрему плату. Результат серед респондентів в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні перевищує середньосвітовий на 39%. Окрім іншого, респонденти готові орендувати електроінструменти (23%), велосипеди (22%), одяг (22%), предмети домашнього вжитку (22%), спортивний інвентар (22%), легкові автомобілі (21%), приладдя для кемпінгу (18%), меблі (17%), будинки (15%) мотоцикли (13%) і домашні тварини (7%). Також обмін товарів не обмежується фізичними активами. 26% респондентів готові купувати уроки або послуги через Інтернет, наприклад уроки музики або послуги з догляду за собаками.

Респонденти з Азіатсько-Тихоокеанського регіону більш сприйнятливі до участі в Sharing есоному (78% готові ділитися своїми товарами, а 81% – орендувати у інших). У Латинській Америці, на Близькому Сході та Африці, 70% і 68% респондентів відповідно готові поділитися своїм особистим майном, і 73% і 71% відповідно можуть орендувати товари у інших. Дослідження Nielsen [13] показує, що тоді як більше половини респондентів в Європі (54%) і Північній Америці (52%) готові здавати в оренду своє майно за плату, менше (44% і 43% відповідно) хочуть брати в оренду товари і послуги від інших.

Серед необхідних передумов виникнення нової моделі бізнесу необхідно назвати:

1. Розвиток технологій (наприклад, широке розповсюдження 3-D принтерів).
2. Становлення та ріст популярності соціальних медіа та соціальних мереж.
3. Прогрес мобільних технологій.

Тенденція спільного користування зумовлена різними факторами. Передусім через економічну кризу та високий рівень безробіття купівельна спроможність споживачів знизилася, тому люди потребують додаткових заробітків і шукають способи, щоб заощадити гроші на свої повсякденні потреби. Високий рівень безробіття привів багатьох потенційних сортувальників і кулінарів на платформи, такі як Shareyourmeal. Фінансові труднощі роблять людей більш сприйнятливими для кредитування або обміну, ніж вони були б в іншому разі. Крім того, економічний спад також зробив важкодоступними банківські кредити, що привело споживачів на Fixura. Довіра споживачів до корпоративного світу знизилася під час фінансової кризи, що зробило їх більш сприйнятливими до ініціатив, спрямованих на запровадження рів-

них відносин між учасниками ринкових. Потреби і бажання споживачів тепер відіграють центральну роль у Sharing economy [4, с. 12].

Насправді ідея Person to Person не нова. Вона була однією із ранніх світових форми комерційної діяльності, завдяки до того, як сформувалися великі корпорації. [4, с. 12] Інновації – це більше ніж останнє слово техніки; це явище, яке має призводити до поліпшення умов життя людей і зміцнення громад. Інновації можуть бути технологічними та соціальними. Інновації – це щось нове в певній галузі, регіоні або країні. Таким чином, це поняття відносне, яке слід оцінювати в контексті певного регіону, часу і сектора [7]. Для Sharing economy ступінь новизни не є визначальним, оскільки приклади спільного споживання існували протягом століть. Тим не менш, багато із цих прикладів отримали новий вимір із появою онлайн-платформ і смартфонів. Наприклад, завдяки до появи готелів або гуртожитків, паломники і мандрівники зупинялися у незнайомих людей, яких вони зустрічали на своєму шляху. Проте ми повинні вважати Airbnb та інші схожі платформи хостингу гостей інноваційними, оскільки вони є новими в їх нинішньому вигляді.

Все ж таки саме розвиток технологій став основоположним під час становлення Sharing economy. Наприклад, веб-сайти зводять власників і орендарів. Смартфони з підтримкою GPS дають змогу легко знайти найближчу припарковану машину. Соціальні мережі надають можливість перевірити інформацію про людину та сприяють зростанню рівня довіри. Послуги онлайн-платежів спрощують процес взаєморозрахунків.

Інновації часто розуміються як зміна в кращий бік. Соціально-інноваційна ідея, яка забезпечує більш широкий доступ до знань і інформації для людей із низькими доходами, може не бути абсолютно новою в інших місцях і умовах, але її застосування у цій спільноті може бути вельми інноваційним і корисним [10, с. 17]. Соціальні інновації самі по собі не є недавнім феноменом. Наприклад, хоспіси, асоціації взаємодопомоги і благодійні організації існують уже протягом століть. Проте поява соціальних інновацій, відірваних від релігійних інститутів, є недавнім явищем. У Європейському Союзі соціальні інновації описуються як розроблення і реалізація творчих шляхів задоволення соціальних потреб. Справжні соціальні інновації генеруються, коли користь для суспільства продукту або процесу має істотно більше соціального, ніж приватного, значення, коли додана вартість для суспільства більше вигоди для підприємця [10, с. 22]. Відповідно, соціальна інновація визначається як нове рішення соціальної проблеми, яке є більш ефективним, дієвим і стійким порівняно з наявними рішеннями й які створюють нову вартість не для окремих індивідів, а для суспільства у цілому [10, с. 22–23]. Замість аналізу технологічних інновацій окремо від інших економічних явищ увагу слід приділити технологіям, які забезпечують сервісне обслуговування платформ Sharing economy, їх перевагам і недолікам. Технологія грає тут другорядну роль, оскільки вона лише сприяє конкретизації ідеї [10, с. 23].

Класична ринкова економічна система завжди опиралася на приватну власність як основу всіх наступних відносин. Sharing economy змінює акценти: вона повертає нас до спільного або розподіленого виробництва і споживання товарів та послуг. Sharing economy змушує нас згадати примитивні методи, які історично використовувалися

для об'єднання громади, а в умовах суспільства споживання, коли ми почали збирати товари для задоволення і престижу, забуваючи про переваги обміну, забули. Онлайн-платформи повертають нас до того часу, коли ми довіряли незнайомим людям і запропонували їм притулок і продукти харчування, торгували з ними і спільно використовували товари, щоб уникнути зайвих витрат. Хоча практика обміну має історичне коріння, вона знову з'явилася і розвивається завдяки новим технологіям, які об'єднують незнайомців і полегшують спілкування [10, с. 44–45].

Таким чином, Sharing economy – це соціально-економічна система, яка побудована на обміні та спільному володінні ресурсами. Основною стає ідея обміну, поділу та кооперації в усіх сферах соціального та економічного життя. Sharing economy може бути описана в контексті низки соціальних ініціатив, призначених для розширення можливостей громад та поліпшення доступу до якісних товарів, послуг і об'єктів, які в іншому разі були б обмежені елітою. Sharing economy включає такі види бізнесу: спільне виробництво, створення, дистрибуцію, торгівлю, споживання товарів та послуг. Оскільки головними двигунами Sharing economy стали прості громадяни, то нова соціально-економічна система більше уваги приділяє таким суспільно важливим проблемам, як забруднення навколишнього середовища, охорона здоров'я, освіта. Саме у цих сферах створюється найбільше стартапів. Sharing economy передбачає наявність двох елементів: фізичних поділюваних товарів, які систематично мають надлишкові виробничі потужності, і мотивації для обміну ними [14]. Основними мотивами користувачів послуг за моделлю Person to Person виступають: економічні, охорона навколишнього середовища, модний стиль життя.

Спільне споживання і Sharing economy часто вживаються як синоніми. Спільне споживання визначене в літературі як форма споживання, коли люди діляться товарами і послугами через мережу. Мотивація для участі у цих спільних програмах може варіюватися від простого бажання робити добро до отримання обмежених економічних вигод. Однак Р. Боцман стверджує, що спільне споживання слід відрізнити від Sharing economy, оскільки остання багато в чому є орієнтованою на людину практикою, заснованою на економічній моделі спільного використання недовикористаних активів як для грошових, так і негрошових вигід. У разі спільного споживання акцент робиться передусім на ідею обміну, поділу, торгівлі або оренди товарів і послуг. Спільне споживання передбачає передачу права власності, тимчасово або на постійній основі, чого не відбувається в Sharing economy (наприклад, Uber, Lyft, Zipcar). Незважаючи на це розходження, обидві форми економічної взаємодії несуть у собі аналогічні ризики для споживачів і ставлять схожі виклики перед регуляторами [10, с. 46–47].

Залучення все ширшого кола користувачів до Sharing economy ставить учених перед дилемою:

- або Sharing economy надає звичайним громадянам більше можливостей для заробітку;
- або замінює традиційно безпечні та захищені види робіт, професій на тимчасові та малооплачувані.

З одного боку, Sharing economy надає людині широкі можливості вибору способу та інтенсивності участі в комерційній діяльності на умовах обміну та спільного володіння ресурсами. Особа отримує можливість самостійно обирати рівень

зайнятості, графік роботи. Крім того, бізнес Person to Person може стати джерелом додаткового заробітку або тимчасової роботи для студентів та молодих батьків. Економіка Person to Person найбільше перевага приносить населенню з доходами середнього і нижче середнього рівня. Наприклад, індивід, який не має фінансової можливості придбати автомобіль або користуватися послугами ліцензованого таксі, за допомогою сервісу оренди автомобілів Uber безпосередньо у власника отримує доступ до більш високої якості життя. Отже, зростає споживання, що стимулює економічний розвиток. Додаткові доходи отримують власники автомобілів. За підрахунками журналу Forbes [2], у 2015 р. 3,5 млрд. дол. заробили користувачі економіки Person to Person. Для країни з високим рівнем доходу такі економічні ефекти не будуть мати значного впливу на всю систему загалом.

Наприклад, туристи, які відвідали Сан-Франциско та зупинилися в орендодавців сервісу Airbnb, витратили за рік 56 млн. дол. З них 12,7 млн. було заплачено за оренду та 43,1 млн. витрачено на супутні послуги (11,8 млн. – на їжу, 9,8 млн. – на послуги, 10,8 млн. – на покупки, 5,7 млн. – на розваги, 4,0 млн. – на транспортні послуги). Дохід від здачі в оренду власних житлових приміщень для орендодавців є досить важливим: 60% із них отримують доходи нижче середнього по місту. Лише 59% орендодавців зайняті повний день, 20% є фрілансерами, 12% зайняті частково, 7% – безробітні. Таким чином, доходи від здачі в оренду кімнат та будинків дають їм змогу оплачувати свої поточні витрати. Крім того, гроші, витрачені туристами, залишаються в місцевій економіці, а не перетікають до ТНК та власників готельних мереж.

Ефект створення додаткового доходу має більше ваги для країн, які належать до групи з доходами нижче середнього. Таким чином, споживачі отримують такі вигоди:

1. Додаткові доходи.

2. Скорочення промислового виробництва призводить до зменшення викидів шкідливих речовин у навколишнє середовище.

3. Формуються нові соціальні зв'язки.

У середньому одна компанія Sharing есоному створює від трьох до 20 нових робочих місць. Перевага віддається особам у віці до 35 років. Рівень і тип освіти варіюються, але всі компанії, як правило, наймають програмістів і розробників програмного забезпечення. Хоча всі компанії працюють на онлайн-платформі, більшість засновників не має будь-яких істотних навичок програмування [4, с. 8].

Крім безпосереднього створення нових робочих місць за рахунок найму

нових співробітників, компанії, що працюють в Sharing есоному, також генерують значні обсяги непрямой зайнятості. Візьмемо, наприклад, Shareyourmeal і Sorted. Обидві платформи дають змогу окремим особам комерціалізувати певний набір навичок. Безробітні, які вміють готувати їжу, можуть легко запропонувати своє харчування на продаж. У результаті ця людина отримує додатковий дохід без необхідності робити будь-які значні інвестиції [4, с. 8].

Fixura надає фізичним особам, які в іншому разі не змогли б отримати кредит від банку, можливість позичити певну суму грошей. Ці гроші потенційно можуть бути використані для інвестиції або споживання, або, можливо, створення нових робочих місць. Крім того, Fixura забез-

печує людям, які мають вільні гроші, альтернативу акціям, облигаціям або ощадним рахункам. Це збільшує варіанти інвестора розподілити ризик. Окрім того, це дає змогу інвесторам точно встановлювати свої власні кредитні умови або підтримувати саме тих позичальників, які їм подобаються. Ринок кредитування Person to Person створює паралельну економіку як альтернативу звичайній банківській системі. Зрештою, банківська система повинна також адаптуватися до мінливих потреб своїх клієнтів, придумуючи нові Інтернет-платформи. Клієнти хочуть мати більший контроль над своїми грошима [4, с. 8].

Само собою зрозуміло, що переваги, описані вище, дають змогу компаніям Sharing есоному стати висококонкурентними постачальниками послуг і товарів. Із цього випливає, що деякі ринки і робочі місця будуть знищені. Компанії, такі як Shareyourmeal та її мережа домашніх кухарів, переважно надають ті ж послуги, що й ресторани, які готують їжу на виніс. Компанії Sharing есоному дійсно стимулюють мікропідприємництво серед населення. Зрештою, знижується бар'єр капіталізації власних навичок і здібностей. Цей рух мікро-підприємців може стимулювати зростання майбутньої торгівлі і корпорацій [4, с. 9].

Ідея спільного користування виробленими вже товарами несе загрозу макроекономічній стабільності країни. Будь-яка економічна система заснована на існуванні, з одного боку, виробників, які пропонують свої товари, та споживачів, які їх купують, – з іншого. Sharing есоному приводить до життя нову економічну модель: один споживач купив одну річ, якою згодом обмінюється з невизначеною кількістю інших споживачів. Таким чином, попит на нові товари скорочується. Отже, скорочується і виробництво. Виробники змушені зменшувати виробництво. Це призводить або до зниження рівня заробітної плати, або до скорочення кількості працівників, що викликає зниження купівельної спроможності населення. Для економіки це початок стагнації. Подібна ситуація потребує державного втручання.

Як зазначає у своїх працях П. Ромер, нові технології та інтелектуальний капітал створюють велику кількість нових можливостей, але проблема полягає у тому, що нових правил, які ефективно б регулювали ці нові процеси, поки що не вироблено. Відсутність адекватного нормативного регулювання значно стримує економічний прогрес. Прикладом виступає ситуація з регулюванням наявних відносин у межах Sharing есоному. Останнім часом усе частіше висловлюються думки про те, що компанії, які використовують бізнес-модель Sharing есоному, порушують закони або працюють на межі дозволеного. Наприклад, широка дискусія розгорнулася навколо сервісу з пошуку таксі Uber:

1. Чи є він технологічною компанією, яка надає послуги обміну інформацією та можливість звести постачальника послуг та клієнта.

2. Чи він функціонує як компанія без ліцензії, яка надає послуги таксі, не виплачуючи своїм співробітникам законних компенсацій.

У жовтні 2014 р. рада округу Колумбія прийняла законопроект під назвою Vehicle for the Innovation Amendment Act of 2014, призначений регулювати діяльність Lyft, Uber, Sidecar і UberX на території штату [8]. Відповідно до норм даного законодавчого акту, на Uber покладається низка зобов'язань: вік водіїв не менше 21 року, відсутність судимості, наявність страховки, проходження щорічного технічного обслуговування.

До сервісу Airbnb висуваються претензії щодо безпеки відвідувачів, дотримання норм щодо оренди приміщень, сплати податків. У більшості країн та міст готельний бізнес регулюється певними нормами та оподатковується, і туристи, які зупиняються в готелях, як правило, є важливим джерелом податкових надходжень. Але багато клієнтів Airbnb не платять податки, які вимагаються відповідно до законодавства. Airbnb також не здатен забезпечити питання безпеки для своїх клієнтів і незручностей для сусідів-господарів. Готелі регулярно перевіряються на питання дотримання протипожежної охорони, а також на наявність прихованих ризиків для відвідувачів. Орендодавці Airbnb, звичайно, таких перевірок не проходять.

Протягом багатьох років уважалося, що законодавцям слід триматися подалі від інновацій, щоб не заважати їх упровадженню. Насправді, закон може стати рушійною силою для інновацій, але чітких рекомендацій у цій сфері досі не сформовано. У цілому невизначеність є невід'ємною і визначальною рисою інноваційного процесу. Проте інноватори не вітають надмірну регуляторну невизначеність, регуляторні затримки, або непослідовні законодавчі дії, як відповіді на невизначеність інноваційного процесу. Споживачі і користувачі Sharing economy також можуть неохоче брати участь у цій діяльності, якщо вона не передбачає хоча б мінімальних гарантій.

Для Sharing economy у цілому було б корисно мати спеціальне законодавство, яке регулювало б ініціативи спільного використання в різних галузях економіки. У цілому чинне законодавство не поширюється на певні види діяльності й угоди в рамках Sharing economy або законодавство, розроблене для звичайних галузей, неправомірно застосовується в угодах Person to Person. Значна юридична проблема, яка виникає під час функціонування Sharing economy, пов'язана з труднощами в розрізненні операцій звичайного обміну від загальноприйнятого визначення бізнесу. Виникає питання: за якого обсягу походів орендодавця трансформується у готельєра?

Перед державою стоїть завдання знайти й створити шляхи та прийняти нормативні акти для забезпечення мирного співіснування нових та старих моделей бізнесу. Тобто ми маємо не боротися з новим явищем, а очолити його, як це, наприклад, запропонували зробити у Великій Британії, намагаючись перетворити її на глобальний центр Sharing economy. Необхідна адаптація чинного законодавства до нових, але вже об'єктивно існуючих, суспільних відносин для того, щоб надати можливість молодим компаніям працювати в легальному полі.

Ключовим фактором, що визначає рівень успіху і прийняття бізнес-моделі Sharing economy, є культура й особливості місцевих ринків. Куль-

тура відіграє вирішальну роль, оскільки безпосередньо впливає на прийняття спільнотою Sharing economy. Ключем до успіху цих підприємств є провадження своєї діяльності в тих країнах, де місцева культура відкрита для інновацій та подолання традиційних бізнес-моделей.

**Висновки.** Таким чином, у роботі вивчено головні особливості функціонування підприємств, заснованих на засадах спільної власності. Традиційна модель передбачає, що споживачі, купуючи продукти, стають їх власниками. Проте за допомогою Sharing economy споживачі все частіше платять за тимчасовий доступ права власності на товар. Подібні підприємства зазвичай являють собою онлайн-платформу, яка надає споживачам доступ до товарів, що належить на правах приватної власності іншим учасникам. Є кілька макроекономічних факторів, що стимулюють зростання Sharing economy. По-перше, внаслідок фінансово-економічної кризи зменшується довіра споживачів до корпоративного світу. Крім того, зріс рівень безробіття і купівельна спроможність споживачів упала. Люди шукають додаткові способи заробити або зекономити гроші, тому споживачі стали більш сприйнятливі до бізнес-моделей Sharing economy. По-друге, розвиток ІКТ дає можливість для будь-кого дешевого доступу до відповідних онлайн-платформ. Найбільш поширеною стає бізнес-модель, коли через онлайн-платформу попит знаходить відповідну пропозицію серед таких же користувачів, а не комерційних підприємств. Компанії, що використовують подібні платформи, стикаються зі специфічними перешкодами, які пов'язані з новою моделлю економіки спільної власності. Однією з головних проблем, з якими стикаються подібні компанії, стає відсутність довіри до онлайн-операцій, тому платформи працюють над підвищенням безпеки своїх користувачів та віртуальною ідентифікацією клієнтів.

Ключовими особливостями компаній, що використовують нову бізнес-модель економіки спільної власності, стає нівелювання ролі посередника та виконання функцій комерційної компанії споживачами – учасниками платформи, тому норми, які регулюють ринок послуг «Бізнес для Бізнесу» або «Бізнес для Клієнта», не завжди здатні забезпечити достатній захист учасників моделі «Клієнт для Клієнта». Отже, у сфері правового регулювання подібних бізнес-моделей перед державою постають нові виклики, які потребують якнайшвидшого врегулювання.

Подальшого вивчення потребує вплив онлайн-платформ на ринок праці задля адекватного реагування державою на зміну статусу працівника та подальшого його захисту від недобросовісної бізнес-практики.

#### Список використаних джерел:

1. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2010. – 784 с.
2. Affluent Millennial. Travelers Embrace The Sharing Economy [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.forbes.com>.
3. Facts and figure on the sharing economy, produced by Universe, a web based local marketplace [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.sharedesk.net/blog/2013/03/the-potentials-of-the-sharing-economy/>.
4. Figures and facts on the sharing economy [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.crunchbase.com/company/zaarly>.
5. Figures and facts on the sharing economy [Electronic resource]. – Access mode : <http://techcrunch.com/2012/05/29/peer-to-peer-lending-crosses-1-billion-in-loans-issued/>.
6. Figures and facts on the sharing economy [Electronic resource]. – Access mode : <http://techcrunch.com/2012/06/07/taskrabbit-leah-busque-reassumes-ceo-role/>.
7. Jack L. Walker. The Diffusion of Innovations Among the American States // 63 AM. POL. SCI. REV. 880, 881. – 1969.
8. Lori Aratani. D.C. Council Okays Bill to Legalize Lyft, Sidecar, UberXtype Services in the Distric t// WASH. POST. – Oct. 28. – 2014.

9. Paul Romer. Technologies, Rules, and Progress: The Case for Charter Cities // CENTER FOR GLOBAL DEVELOPMENT. – March 2010. – 13 p.
10. Sofia Ranchordas. Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy // 16 Minn. J.L. Sci. & Tech. – № 414. – 2015.
11. The Future of Jobs. Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution. Global Challenge Insight Report // World Economic Forum. – January 2016. – P. 159.
12. The rise of the sharing economy // The Economist. – March 9, 2013.
13. The Sharing Economy: Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets // European Commission, project “Business Innovation Observatory”. – September 2013.
14. Yochai Benkler. Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production // 114 YALE L.J. – № 273, 276, 288 (2004).

**Бабич Т. О.**

Киевский национальный университет имени Вадима Гетьмана

### НОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛИЗАЦИИ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

#### Резюме

Проанализировано трансформационное влияние виртуализации и развития ИКТ на бизнес-модели индустриального и постиндустриального общества. Исследованы особенности функционирования новых форм предпринимательства, основанных на принципах экономики совместной собственности. Раскрыта суть современных социально-экономических инноваций. Изучены практика и проблемы правового регулирования новых социально-экономических отношений, возникающих при реализации проектов экономики совместной собственности.

**Ключевые слова:** виртуализация, инновации, социально-экономические инновации, бизнес-модель, собственность, частная собственность, экономика совместной собственности, ИКТ, инновационное предпринимательство, стандартизация, унификация.

**Babych T. O.**

Kyiv National University named after Vadym Hetman

### NEW BUSINESS-MODELS EXISTING DURING THE VIRTUALIZATION OF THE GLOBAL ECONOMIC

#### Summary

The transformational influence of virtualization and development of ICT on the business models of industrial and postindustrial society is analyzed. The peculiarities of functioning of new forms of entrepreneurship based on the principles of sharing economy are investigated. The essence of modern socio-economic innovations is revealed. The practice and existing problems with legal regulation of new socio-economic relations that arise during the implementation of sharing economy projects are studied.

**Keywords:** virtualization, innovations, socio-economic innovations, business model, property, private property, ICT, innovation entrepreneurship, standardization, unification.