

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Науково-навчальний інститут бізнесу, економіки та менеджменту
(повна назва інституту/факультету)

Кафедра економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування
(повна назва кафедри)

«До захисту допущено»

Завідувачка кафедри

Олександра КАРІНЦЕВА
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

14 грудня 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістр

зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність,
(код та назва)

освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та логістика
(освітньо-професійної / освітньо-наукової) (назва програми)

на тему: Дослідження особливостей підприємницької діяльності в умовах
однорангової економіки

Здобувача групи

ПТЛ.М-21
(шифр групи)

Вечірки В'ячеслава Володимировича
(прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

(підпис)

В'ячеслав ВЕЧІРКО
(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник

асистент, к.е.н., доцент Павло ГРИЦЕНКО
(посада, науковий ступінь, вчене звання, ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

(підпис)

Суми – 2023

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри економіки,
підприємництва
та бізнес-адміністрування
_____ Олександра КАРІНЦЕВА
«14» грудня 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
до кваліфікаційної роботи
для здобуття освітнього ступеня «магістр»**

Студента групи ПТЛ.м-21, 2 курсу ННІ БіЕМ
(найменування інституту)

Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма: 8.076.00.12 «Підприємництво, торгівля та логістика»

Вечірко В`ячеслав Володимирович

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема кваліфікаційної роботи: «Дослідження особливостей підприємницької діяльності в умовах однорангової економіки»

Затверджена наказом по СумДУ № 1443-VI від «12» грудня 2023 р.

Термін подання здобувачем вищої освіти завершеної кваліфікаційної роботи: до «14» грудня 2023 р.

Вихідні дані до роботи: наукові статті, підручники, інтернет-джерела, періодичні видання, аналітичні звіти.

Зміст основної частини кваліфікаційної роботи (перелік питань, що підлягають розробленню): Теоретичні основи однорангової економіки. Особливості підприємницької діяльності в умовах однорангової економіки. Кейс-стаді та аналіз діючих моделей однорангової економіки.

Перелік ілюстрацій (мають бути представлені під час захисту):
Погляди науковців на поняття «однорангова економіка».
Децентралізований характер однорангової мережі. Набір інструментів
логістичної платформи Lardi-Trans для професіоналів у сфері
вантажоперевезень. Географія та статистика здійснених перевезень
Lardi-Trans. Представники клієнтської бази Lardi-Trans. Механізм
роботи підприємців та логістичних компаній з Lardi-Trans.

Дата видачі завдання: « 06 » листопада 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи: доцент Павло ГРИЦЕНКО
(вч. звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Завдання прийняв(ла) до виконання: « 06 » листопада 2023
р. _____

підпис студента(ки)

Примітки:

1. Це завдання є складовою кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня та розміщується після її титульного аркушу.
2. Після складання завдання, студент має ознайомитися із:
 - календарним графіком підготовки кваліфікаційної роботи із зазначеними строками виконання окремих етапів;
 - порядком перевірки кваліфікаційної роботи на наявність ознак академічного плагіату;критеріями оцінювання та вимогами до кваліфікаційної роботи.

АНОТАЦІЯ

Загальна характеристика роботи: дипломна робота складається з анотації, вступу, 3 розділів, висновків, списку використаної літератури. Загальний її обсяг становить 55 сторінок, у тому числі 5 рисунків, 1 таблиця та 23 використаних літературних джерел.

Об'єктом дослідження є особливості підприємницької діяльності в умовах однорангової економіки з акцентом на механізми взаємодії між учасниками, формуванні цінностей та інноваційних бізнес-моделях на платформах спільного користування та споживання.

Предметом дослідження механізми взаємодії між учасниками однорангової економіки.

Метою даної роботи є вивчення та аналіз особливостей підприємницької діяльності в умовах однорангової економіки, з особливим акцентом на механізмах взаємодії між учасниками, формуванні цінностей та інноваційних бізнес-моделях, які виникають на платформах спільного користування та споживання.

Досягненню заданої мети сприяли наступні завдання:

- оцінити ключові принципи та особливості однорангових мереж і ринків;
- визначення інноваційних бізнес-моделей, які використовуються в однорангових платформах;
- аналіз механізмів співпраці та конкуренції між учасниками однорангових платформ;
- дослідження процесу створення цінності на однорангових платформах для користувачів та підприємців.

Використана методика: аналітичний метод, метод порівняльного аналізу, системний підхід, структурно-функціонального аналізу, хронологічний.

У першому розділі дипломної роботи увага зосереджується на одноранговій економіці як інноваційній моделі, яка пропонує радикальний відхід від традиційних підходів до виробництва, споживання та розподілу товарів та послуг. В основі цієї моделі лежить використання цифрових технологій та платформ для сприяння безпосередньому обміну та спільному використанню ресурсів, мінімізуючи роль традиційних посередників. Проаналізовано різні визначення однорангової економіки, ключові особливості, такі як децентралізація, використання цифрових платформ, спільне використання та обмін ресурсами, тимчасовий доступ замість володіння, гнучкість, індивідуалізація, соціальна взаємодія та довіра, економічна доступність та сталість, гнучкість праці та самозайнятість. Також розглядаються витоки та еволюція однорангової економіки, її вплив на різні аспекти суспільного життя та економіки, а також потенційні виклики, з якими вона стикається.

Другий розділ дипломної роботи присвячений аналізу особливостей підприємницької діяльності в умовах однорангової економіки. У цьому розділі детально розглядаються методи дослідження ринку в одноранговій економіці, важливість знання про цільову аудиторію, ключові методи дослідження ринку (опитування, фокус групи, інтерв'ю, моніторинг соціальних медіа, спостереження, польові випробування, аналіз конкурентів, публічні дані та придбання даних), а також інноваційні стратегії та технології, які можуть використовуватися для підтримки однорангових операцій. Основна увага приділяється важливості технологічних інновацій, процесних інновацій, модельних інновацій, і як вони можуть забезпечувати конкурентні переваги в одноранговій економіці.

Третій розділ дипломної роботи присвячений кейс-стаді та аналізу діючих моделей однорангової економіки.

Ключові слова: однорангова економіка, інноваційна бізнес-модель, співпраця, підприємницька діяльність, конкуренція, цінність, спільне користування.

SUMMARY

General characteristics of the work: this thesis consists of an abstract, introduction, 3 chapters, conclusions, and a list of used literature. The total volume is 55 pages, including 5 figures, 1 table, and 23 sources of literature.

The object of the study is the peculiarities of entrepreneurial activity in the conditions of a peer-to-peer economy, with an emphasis on interaction mechanisms among participants, value formation, and innovative business models on platforms of shared use and consumption.

The subject of research is the mechanisms of interaction among participants of the peer-to-peer economy.

The purpose of this work is to study and analyze the peculiarities of entrepreneurial activity in the conditions of a peer-to-peer economy, with a special focus on interaction mechanisms among participants, value formation, and innovative business models that emerge on platforms of shared use and consumption.

The achievement of the set goal was facilitated by the following **tasks**:

- assess the key principles and features of peer-to-peer networks and markets;
- identify innovative business models used in peer-to-peer platforms;
- analyze mechanisms of cooperation and competition among participants of peer-to-peer platforms;
- research the process of value creation on peer-to-peer platforms for users and entrepreneurs.

Used methodology: analytical method, comparative analysis method, systematic approach, structural-functional analysis, chronological.

The first chapter of the thesis focuses on the peer-to-peer economy as an innovative model that proposes a radical departure from traditional approaches to production, consumption, and distribution of goods and services. At the heart of this model is the use of digital technologies and platforms to facilitate direct exchange and shared use of resources, minimizing the role of traditional intermediaries.

Various definitions of the peer-to-peer economy, key features such as decentralization, use of digital platforms, shared use and resource exchange, temporary access instead of ownership, flexibility, individualization, social interaction and trust, economic affordability and sustainability, labor flexibility, and self-employment are analyzed. The origins and evolution of the peer-to-peer economy, its impact on various aspects of social life and the economy, as well as potential challenges it faces, are also examined.

The second chapter of the thesis is dedicated to analyzing the peculiarities of entrepreneurial activity in the conditions of a peer-to-peer economy. This chapter thoroughly examines market research methods in the peer-to-peer economy, the importance of knowing the target audience, key market research methods (surveys, focus groups, interviews, social media monitoring, observation, field trials, competitor analysis, public data, and data acquisition), as well as innovative strategies and technologies that can be used to support peer-to-peer operations. The main focus is on the importance of technological innovations, process innovations, model innovations, and how they can provide competitive advantages in the peer-to-peer economy.

The third chapter of the thesis is devoted to case studies and analysis of existing models of the peer-to-peer economy.

Keywords: peer-to-peer economy, innovative business model, collaboration, entrepreneurial activity, competition, value, shared use.

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОДНОРАНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ	11
1.1 Суть та значення однорангової економіки	11
1.2 Моделі однорангової економіки	18
1.3 Правове регулювання та етичні аспекти однорангового бізнесу	22
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ОДНОРАНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ	26
2.1 Аналіз ринку та цільових сегментів в умовах однорангової економіки ..	26
2.2 Інноваційні стратегії та технології в одноранговій економіці	29
2.3 Особливості управління та організація діяльності в компаніях однорангової економіки	33
РОЗДІЛ 3. КЕЙС-СТАДІ ТА АНАЛІЗ ДІЮЧИХ МОДЕЛЕЙ ОДНОРАНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ	38
3.1 Особливості розвитку компаній спільного користування: AirBNB, Uber, Kickstarter	38
3.2 Конкурентні переваги української логістичної платформи Lardi-Trans як компанії однорангової економіки	44
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
ДОДАТКИ	55

ВСТУП

Актуальність дослідження. Актуальність однорангової економіки в сучасному світі визначається її здатністю стимулювати інновації, знижувати вартість та підвищувати доступність товарів і послуг. Вона відкриває нові можливості для підприємців та споживачів, забезпечуючи більш гнучкі форми взаємодії і співпраці. Завдяки одноранговій економіці, ми спостерігаємо появу нових бізнес-моделей, що викликають зміни в різних секторах, від транспорту та туризму до фінансів та освіти.

Метою даної роботи є вивчення та аналіз особливостей підприємницької діяльності в умовах однорангової економіки, з особливим акцентом на механізмах взаємодії між учасниками, формуванні цінностей та інноваційних бізнес-моделях, які виникають на платформах спільного користування та споживання.

Завданнями роботи є:

- оцінити ключові принципи та особливості однорангових мереж і ринків;
- визначення інноваційних бізнес-моделей, які використовуються в однорангових платформах;
- аналіз механізмів співпраці та конкуренції між учасниками однорангових платформ;
- дослідження процесу створення цінності на однорангових платформах для користувачів та підприємців.

Об'єктом дослідження є особливості підприємницької діяльності в умовах однорангової економіки з акцентом на механізми взаємодії між учасниками, формуванні цінностей та інноваційних бізнес-моделях на платформах спільного користування та споживання.

Предметом дослідження механізми взаємодії між учасниками однорангової економіки.

Методи дослідження: аналітичний метод, метод порівняльного аналізу, системний підхід, структурно-функціонального аналізу, хронологічний.

Загальна характеристика роботи: дипломна робота складається з анотації, вступу, 3 розділів, висновків, списку використаної літератури. Загальний її обсяг становить 55 сторінок, у тому числі 5 рисунків, 1 таблиця та 23 використаних літературних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОДНОРАНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1 Суть та значення однорангової економіки

Однорангова економіка, відома також як економіка спільного користування, представляє собою інноваційну економічну модель, яка здійснює радикальний відхід від традиційних підходів до виробництва, споживання та розподілу товарів та послуг. У серці цієї моделі лежить використання цифрових технологій та платформ, які сприяють безпосередньому обміну та спільному використанню ресурсів між користувачами, мінімізуючи роль традиційних посередників та інституцій.

Однорангова економіка була предметом аналізу багатьох дослідників, кожен з яких надав власне визначення, виходячи з різних аспектів та характеристик цієї економічної моделі. Нижче представлено декілька визначень однорангової економіки від відомих авторів з посиланнями на літературу, де ці визначення були надані (табл. 1.1).

На основі аналізу визначень терміну «однорангова економіка» (табл 1.1) під одноранговою економікою (економіка спільного використання, або P2P економіка) будемо розуміти економічну модель, яка дозволяє здійснювати обмін товарами та послугами безпосередньо між собою через інтернет-платформи, мінімізуючи роль посередників.

Однорангова (або спільна) економіка змінює традиційні підходи до підприємництва, дозволяючи людям монетизувати свої ресурси, час та навички через платформи однорангового зв'язку. Втім, це супроводжується рядом викликів, які ставлять під сумнів ідеалізоване уявлення про емпowerмент і незалежність, яке часто просувають платформи спільної економіки (Ravenelle, 2017).

Таблиця 1.1 – Погляди науковців на поняття «однорангова економіка»

№ з/п	Автор	Представлення однорангової економіки
1	Бенклер, Я.	система виробництва та обміну, що базується на спільному використанні ресурсів, де учасники співпрацюють для створення та розподілу товарів та послуг, мінімізуючи залежність від традиційних комерційних механізмів (Benkler, 2004)
2	Боцман, Р. та Роджерс, Р.	культурний та економічний рух, що спонукає людей орендувати, позичати, обмінювати та спільно використовувати товари та послуги, замість їх купівлі та володіння (Botsman & Rogers, 2010)
3	Мартін, К. Дж.	подвійна модель, яка може сприяти сталому розвитку через ефективніше використання ресурсів, але також може посилити нерівність та споживацьку культуру під егідою неолібералізму (Martin, 2016)
4	Крістофферссон Е.	економічна система, у якій активи або послуги діляться між приватними особами, безкоштовно або за плату, через інтернет, підкреслюючи її основу на спеціалізованих ринках для P2P обміну послугами, такими як короткострокова оренда житла, транспортні послуги і позичання інструментів та інших предметів (Kristoffersson, 2019)
5	Зервас Ж, Прозерпіо Д. та Байерс Дж.	група альтернативних постачальників товарів і послуг, традиційно наданих давно встановленими галузями, використовуючи приклад Airbnb для дослідження економічного впливу на існуючі фірми (Zervas, et al., 2017)
6	Томас А. Вебер	економіка, визначена прогресом в інформаційних технологіях, які дозволяють споживачам позичати та орендувати товари між собою на вторинному ринку спільного використання. Ця динаміка впливає на ціноутворення продуктів, вибір споживачів та загальний економічний ландшафт (Weber, 2016)

Розвиток спільної економіки надає нові можливості для підприємництва, але також викликає зміни в традиційних галузях, наприклад, в готельному бізнесі, де Airbnb значно вплинуло на доходи готелів, особливо в містах з високим попитом, таких як Остін, штат Техас (Zervas et al., 2017). Мотивація учасників спільної економіки варіюється від економічних вигод до насолоди від діяльності та сталого споживання, хоча сталість не завжди є прямим мотиватором участі без позитивного ставлення до спільного споживання (Naragi et al., 2016).

Дослідження вказують на те, що підприємницька діяльність має значний вплив на економічне зростання країни, але цей вплив залежить від рівня економічного розвитку, тобто підприємництво відіграє різні ролі в країнах на різних стадіях економічного розвитку (Stel, Carree, & Thurik, 2005).

Спільна економіка може бути подана як шлях до сталого розвитку або, навпаки, як форма неоліберального капіталізму, що сприяє гіперспоживанню і централізації ринку, особливо через домінування великих цифрових платформ, таких як Airbnb і Uber (Martin, 2016).

Дослідження взаємодій в однорангових мережах показує, що існування в місцевих спільнотах з високим рівнем підприємницької активності може спонукати індивідів до власного бізнесу, навіть якщо альтернативні можливості працевлаштування здаються більш привабливими.

Основною відмінною особливістю однорангової економіки є її здатність оптимізувати використання існуючих ресурсів, що сприяє не тільки зниженню вартості доступу до цих ресурсів для кінцевих споживачів, але й зменшенню впливу на навколишнє середовище через зменшення потреби у виробництві нових товарів. Це досягається шляхом створення спільнот, в яких учасники можуть взаємодіяти один з одним для обміну, оренди або спільного використання товарів і послуг, від автомобілів і житла до професійних навичок і особистого часу.

Однорангова економіка (peer-to-peer economy) також відрізняється рядом ключових особливостей, які визначають її унікальний характер у порівнянні з традиційними економічними моделями:

1. Децентралізація: в основі однорангової економіки лежить принцип децентралізації, що означає відсутність централізованих інституцій чи організацій, які контролюють або регулюють обмін товарами та послугами. Учасники взаємодіють безпосередньо один з одним, що сприяє зниженню витрат та підвищенню ефективності. На рис. 1.1 відображено децентралізований характер однорангової економіки.

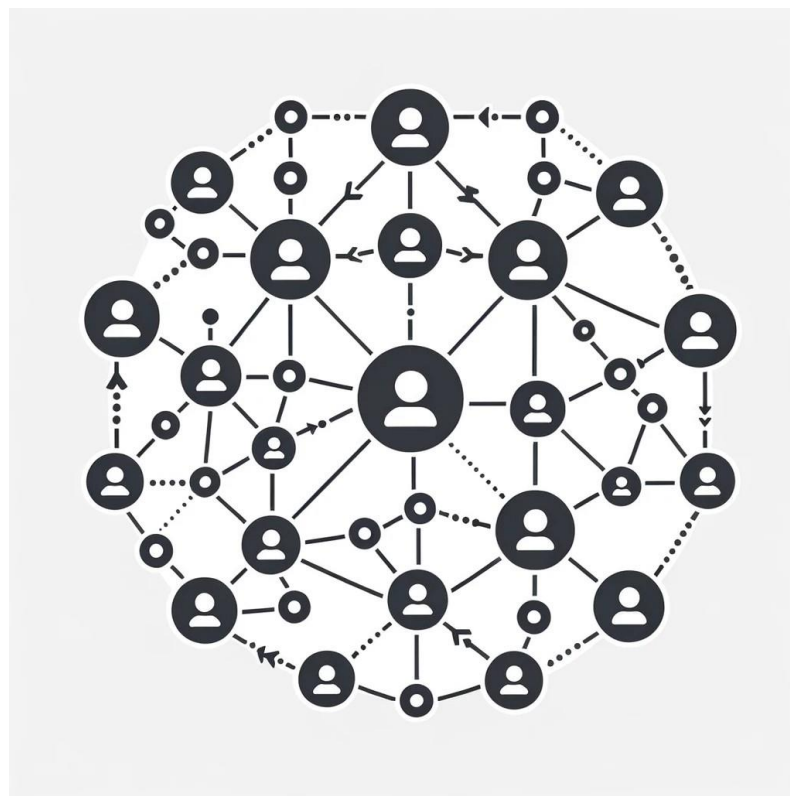


Рисунок 1.1 – Децентралізований характер однорангової мережі: різні вузли (учасники) з'єднані без центрального регулюючого органу

2. Використання цифрових платформ: однорангова економіка активно використовує цифрові технології та інтернет-платформи для з'єднання учасників, що бажають обмінюватися, орендувати або спільно використовувати товари та послуги. Це спрощує процес пошуку, угоди та взаємодії.

3. Спільне використання та обмін ресурсами: одна з основних ідей однорангової економіки полягає у спільному використанні доступних ресурсів, що дозволяє збільшити їх ефективність, знизити витрати та зменшити екологічний вплив.

4. Тимчасовий доступ замість володіння: відмінною рисою однорангової економіки є акцент на тимчасовому доступі до товарів та послуг замість традиційного володіння. Це дозволяє користувачам зменшити свої витрати та збільшити гнучкість використання ресурсів.

5. Гнучкість та індивідуалізація: однорангова економіка надає учасникам можливість гнучко підходити до вибору товарів та послуг, а також індивідуалізувати свій досвід використання на основі особистих потреб і переваг.

6. Соціальна взаємодія та довіра: система базується на взаємній довірі між учасниками. Репутаційні системи, відгуки та рейтинги відіграють ключову роль у забезпеченні надійності та безпеки обміну. Транзакції та взаємодії в одноранговій економіці зазвичай є відкритими та прозорими. Це допомагає підвищити довіру та забезпечити справедливість угод.

7. Економічна доступність та сталість: однорангова економіка сприяє більшій економічній доступності товарів та послуг для ширшого кола людей, а також підтримує принципи сталого розвитку через оптимізацію використання ресурсів.

8. Гнучкість праці та самозайнятість: модель пропонує нові форми зайнятості та можливості для самозайнятих осіб, зокрема через платформи для надання послуг або виконання завдань на вимогу.

Витоки та еволюція однорангової економіки простежуються через кілька ключових етапів, які характеризуються появою нових технологій, зміною культурних норм та економічних умов.

Доіндустріальні суспільства. Витоки спільного використання ресурсів сягають корінням у доіндустріальні часи, коли громади практикували обмін та спільне використання ресурсів для виживання та ефективного господарювання.

Це були первісні форми колаборативного споживання, засновані на принципах взаємодопомоги та спільноти.

Індустріальна ера. З розвитком індустріалізації та зростанням споживацької культури витоки однорангової економіки були тимчасово відсунуті на задній план. Проте, навіть в цей період існували кооперативи та інші форми спільного використання, які можна вважати передвісниками сучасної однорангової економіки.

Кінець 20-го століття. Виникнення інтернету та розвиток цифрових технологій стали ключовими факторами, що сприяли появі сучасної однорангової економіки. Перші онлайн-платформи для обміну та аукціони, такі як eBay, з'явилися у 1990-х роках, відкриваючи шлях для цифрової колаборації та спільного використання.

2000-ті роки. Соціальні мережі та покращання інтернет-технологій сприяли подальшому розвитку однорангової економіки. Платформи, такі як Airbnb та Uber, засновані на кінці 2000-х - початку 2010-х, стали символами нової ери колаборативного споживання, демонструючи потенціал однорангових моделей для глобальної економіки.

2010-ті роки і далі. Однорангова економіка продовжує еволюціонувати, охоплюючи все більше секторів і видів діяльності. Від фінансових послуг, таких як краудфандинг та P2P-кредитування, до спільного використання автомобілів, одягу та навіть їжі. Технологічні інновації, зокрема блокчейн, відкривають нові можливості для децентралізації та забезпечення довіри між учасниками.

Сучасність. Однорангова економіка стає важливим елементом глобальної економіки, впливаючи на способи виробництва, споживання та розподілу багатства. Вона стимулює дебати щодо регулювання, прав праці, захисту прав споживачів та екологічної стійкості.

Еволюція однорангової економіки відображає ширший культурний та технологічний зсув у суспільстві, підкреслюючи зростаючу важливість спільного використання, колаборації та сталості.

Підхід однорангової економіки має глибокий вплив на різні аспекти суспільного життя та економіки, порівнюючи його з традиційною моделлю, що зосереджена на індивідуальному володінні та споживанні. Нижче представлено детальний розгляд ключових відмінностей та переваг однорангової економіки:

– *ефективність ресурсів*: однорангова економіка спонукає до більш раціонального та ефективного використання ресурсів. Через спільне користування та обмін, товари та послуги використовуються максимально ефективно, зменшуючи потребу в постійному виробництві нових ресурсів. Це контрастує з традиційною економікою, де індивідуальне володіння часто призводить до недостатнього використання ресурсів;

– *соціальна взаємодія та згуртованість*: підхід, заснований на спільноті та колаборації, стимулює створення нових форм соціальних взаємин. Взаємодія між людьми в рамках однорангової економіки сприяє зміцненню взаємної довіри, соціальної згуртованості та підтримки в громадах. Це пряма протилежність ізоляції та конкуренції, які часто супроводжують традиційні економічні відносини.

– *вплив на екологію*: однорангова економіка має потенціал зменшити негативний вплив на навколишнє середовище через зниження потреби у виробництві нових товарів та зменшення відходів. Спільне використання та повторне використання ресурсів сприяють сталому розвитку, на відміну від традиційної моделі, що часто характеризується швидким споживанням та великою кількістю відходів;

– *гнучкість та доступність*: крім економічних та соціальних переваг, однорангова економіка також відіграє ключову роль у просуванні сталого розвитку. Шляхом зниження залежності від масового виробництва та сприяння повторному використанню та рециклінгу, ця модель допомагає зменшити витрати природних ресурсів, викиди парникових газів та відходи, сприяючи таким чином збереженню довкілля для майбутніх поколінь. Однорангова економіка надає людям більше можливостей для доступу до різноманітних товарів та послуг без необхідності їх купівлі. Це робить ресурси доступнішими

для ширшого кола людей, зокрема для тих, хто не може дозволити собі покупку власності в традиційній економіці.

Проте, попри численні переваги, однорангова економіка також стикається з викликами, зокрема, щодо регулювання, захисту прав споживачів та забезпечення якості товарів і послуг. Розвиток ефективних механізмів управління, стандартів безпеки та захисту даних є ключовими завданнями для забезпечення сталого розвитку однорангової економіки в майбутньому.

Таким чином, однорангова економіка представляє собою динамічну та інноваційну модель, що має потенціал не тільки змінити спосіб, яким ми споживаємо товари та послуги, але й спосіб, яким ми взаємодіємо один з одним та ставимося до навколишнього світу.

1.2 Моделі однорангової економіки

Проведемо аналітичний огляд сучасних форм економічних відносин, акцентуючи увагу на трансформації традиційних взаємодій між суб'єктами ринку в умовах широкого впровадження цифрових технологій. Особливу увагу приділимо детальному розгляду чотирьох ключових моделей електронної комерції: від бізнесу до споживача (B2C), від бізнесу до бізнесу (B2B), від бізнесу до держави (B2G) та від споживача до споживача (C2C).

Від бізнесу до споживача (B2C) стосується процесу, коли бізнеси продають товари або послуги безпосередньо споживачам через інтернет. У транзакції B2C продавцем є бізнес, а покупцем - споживач.

Однією з основних переваг електронної комерції B2C є зручність, яку вона пропонує споживачам. За допомогою лише кількох кліків споживачі можуть купувати продукти, не виходячи з дому, не потребуючи відвідування фізичного магазину. Це особливо корисно для осіб, які живуть у віддалених районах або мають обмежений доступ до роздрібних магазинів.

Електронна комерція B2C також дозволяє бізнесам досягти ширшої аудиторії, ніж це можливо з традиційним магазином. Наприклад, інтернет-рітейлер, такий як Amazon, може продавати продукти клієнтам по всьому світу, тоді як фізичний магазин обмежений конкретним географічним розташуванням.

Ще однією перевагою B2C є можливість збору та аналізу даних клієнтів. Інтернет-рітейлери можуть відстежувати поведінку споживачів та їх переваги, що може допомогти їм налаштувати свої маркетингові зусилля та покращити свої товари чи послуги.

Існує кілька типів моделей електронної комерції B2C, включаючи:

1. **Онлайн роздріб.** Це найпоширеніший тип електронної комерції B2C, де бізнеси продають широкий спектр продуктів безпосередньо споживачам через власний вебсайт або онлайн-маркетплейс, такий як Amazon або eBay
2. **Базована на передплаті.** У цій моделі бізнеси продають товари або послуги на основі передплати, наприклад, щомісячні доставки продуктів або доступ до послуги.
3. **Краудфандинг.** Ця модель передбачає збір коштів від великої кількості людей для фінансування конкретного проєкту або продукту.
4. **Групові покупки.** Ця модель включає об'єднання групи людей для купівлі продукту або послуги за зниженою ціною.

Загалом, електронна комерція B2C пропонує зручний та ефективний спосіб для бізнесів продавати товари та послуги безпосередньо споживачам, і вона стала популярним та успішним способом для компаній досягати та продавати клієнтам по всьому світу.

Від бізнесу до держави (B2G) стосується процесу, коли бізнеси продають товари або послуги державним установам через інтернет. У транзакції B2G продавцем є бізнес, а покупцем — державна установа.

Є поширеним способом для державних установ придбати товари та послуги, необхідні для їх діяльності. Наприклад, державна установа може

купувати канцелярські товари або обладнання у бізнесу або укласти контракт з бізнесом на надання послуг, таких як консультування або ІТ-підтримка.

Дана модель пропонує бізнесам кілька переваг. Однією з основних переваг є можливість продавати товари та послуги великій та стабільній базі клієнтів. Державні установи зазвичай мають високий попит на широкий спектр товарів та послуг і часто готові платити премію за товари високої якості. Дозволяє бізнесам легко відстежувати та управляти своїми контрактами та замовленнями з державними установами. Наприклад, бізнеси можуть використовувати електронні комерційні платформи для відстеження своїх замовлень та відправлень, а також для управління своїми рахунками-фактурами та платежами. Це може допомогти бізнесам знизити свої витрати та підвищити ефективність. В2G може допомогти бізнесам побудувати міцні відносини з державними установами. Використовуючи онлайн інструменти для спілкування та співпраці, бізнеси можуть легко обмінюватися інформацією та співпрацювати над проектами зі своїми державними партнерами.

Існує кілька типів моделей електронної комерції В2G, включаючи:

- закупівлі: ця модель передбачає продаж товарів або послуг державним установам через формальний процес тендеру;
- контрактування: ця модель передбачає укладення контрактів з державними установами на надання товарів або послуг протягом певного періоду час;
- гранти: ця модель передбачає подання бізнесом заявок та отримання фінансування від державних установ на підтримку конкретних проектів або ініціатив.

Загалом, електронна комерція В2G пропонує зручний та ефективний спосіб для бізнесів продавати товари та послуги державним установам, і вона стала важливою частиною зусиль з продажу та маркетингу багатьох компаній.

Бізнес-до-бізнес (В2В) електронна комерція означає процес продажу продуктів або послуг від одного бізнесу іншому бізнесу через інтернет. У транзакції В2В бізнес є продавцем, а інший бізнес - покупцем.

B2B є поширеним способом для бізнесів закупати товари і послуги, необхідні для їх діяльності. Наприклад, виробник може закуповувати сировину або деталі від постачальника, або роздрібний торговець може закуповувати товари у оптовика для продажу споживачам.

B2B має кілька переваг для бізнесів. Однією з основних переваг є можливість оптимізувати процес закупівлі. З B2B електронною комерцією бізнеси можуть легко шукати і порівнювати товари та ціни, робити замовлення і відстежувати відправлення онлайн. Це може допомогти бізнесам заощадити час і знизити витрати, пов'язані з традиційними методами закупівлі.

Крім того, B2B дозволяє бізнесам легко відстежувати і керувати своїм складом і ланцюгом постачання. Наприклад, бізнеси можуть використовувати електронні платформи для відстеження своїх замовлень і відправлень, а також для управління рівнями запасів. Це може допомогти бізнесам знизити витрати і покращити ефективність.

Крім того, B2B може допомогти бізнесам збудувати міцніші відносини з їхніми постачальниками та партнерами. Використовуючи онлайн-засоби комунікації та співпраці, бізнеси можуть легко обмінюватися інформацією та співпрацювати над проектами зі своїми партнерами.

Існує кілька типів моделей B2B електронної комерції, включаючи:

- оптова торгівля: ця модель передбачає продаж товарів оптом іншим бізнесам, наприклад, оптовики продають роздрібникам;
- виробництво: ця модель передбачає закупівлю сировини або деталей від постачальників для використання в виробничому процесі;
- сервісна: ця модель передбачає продаж послуг, таких як консалтинг чи маркетинг, іншим бізнесам.

Загалом, B2B електронна комерція пропонує зручний і ефективний спосіб для бізнесів закуповувати товари та послуги, необхідні для їх діяльності, і вона стала невід'ємною частиною багатьох ланцюгів постачання компаній.

Від споживача до споживача (C2C) відноситься до процесу, при якому споживачі продають товари або послуги іншим споживачам через Інтернет. У транзакції C2C споживач є продавцем, а інший споживач – покупцем.

C2C є популярним способом для індивідуальних осіб продавати речі, які вони вже не потребують або не використовують, такі як одяг, електроніка або меблі. Це також спосіб для осіб продавати продукти або послуги, які вони створили, такі як ручна робота або цифрові товари.

C2C пропонує кілька переваг для споживачів. Однією з основних переваг є можливість заробляти додаткові гроші, продаючи речі, які вони вже не потребують або не використовують. Це також зручний спосіб для споживачів купувати і продавати товари, не відвідуючи фізичний магазин.

C2C також дозволяє споживачам легко порівнювати ціни та знаходити конкретні товари, які вони шукають. Наприклад, споживачі можуть використовувати онлайн-ринки, такі як eBay або Etsy, щоб шукати та порівнювати різні товари та ціни.

Існує кілька типів моделей C2C, включаючи:

- онлайн-ринки: ця модель передбачає продаж товарів споживачами через платформи, такі як eBay або Etsy;
- класифіковані веб-сайти: ця модель передбачає розміщення споживачами оголошень про товари, які вони хочуть продати, на веб-сайтах, таких як Craigslist або Kijiji;
- платформи з однорідною парою (P2P): ця модель передбачає продаж товарів споживачами безпосередньо іншим споживачам через платформи, такі як Airbnb або Uber.

Загалом, C2C пропонує зручний та ефективний спосіб для споживачів купувати та продавати товари та послуги, і вона стала популярним способом для індивідуальних осіб заробляти додаткові гроші або знаходити унікальні або важкодоступні товари.

1.3 Правове регулювання та етичні аспекти однорангового бізнесу

Міжнародні практики та регуляції однорангової економіки відображають зусилля урядів та міжнародних організацій адаптуватися до швидкого розвитку економіки спільного користування та вирішити виклики, що виникають у зв'язку з цим. Нижче наведено огляд міжнародних документів та рекомендацій, а також приклади законодавства в різних країнах.

Міжнародні документи та рекомендації.

1. Рекомендації ОЕСР. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) опублікувала ряд рекомендацій та досліджень щодо регулювання економіки спільного користування. Вони включають аналіз політик, які можуть сприяти інноваціям та одночасно забезпечувати захист споживачів, справедливе оподаткування та соціальний захист учасників ринку.
2. Ініціативи Європейського Союзу. Європейська комісія розробила низку політик та рекомендацій, спрямованих на підтримку інновацій та регулювання економіки спільного користування в межах ЄС. Це включає заходи щодо забезпечення прозорості, захисту споживачів та встановлення справедливих умов конкуренції.

Приведемо приклади регулювання однорангової економіки:

1. Сполучені Штати Америки. У США регулювання економіки спільного користування в основному відбувається на рівні штатів та місцевих урядів. Наприклад, місто Сан-Франциско прийняло законодавство, яке регулює короткострокову оренду житла, вимагаючи від господарів отримання дозволів і сплати податків.
2. Європейський Союз. У країнах ЄС, таких як Франція та Іспанія, були введені закони, які вимагають від платформ економіки спільного

користування, таких як Airbnb, дотримання місцевих норм житлового забезпечення та оподаткування. Франція також встановила правила для регулювання транспортних послуг на зразок Uber.

3. Азія. У країнах Азії, включаючи Китай та Південну Корею, уряди активно розробляють політики для підтримки та регулювання економіки спільного користування. Китай, наприклад, видав низку настанов для розвитку економіки спільного користування з метою підтримки інновацій та захисту прав споживачів.

Соціальна відповідальність компаній (СВК) відіграє ключову роль у контексті однорангової економіки, оскільки ця економічна модель набуває все більшого розповсюдження та впливу в сучасному світі. Внесок платформ однорангової економіки у розвиток сталої економіки та підтримку локальних спільнот, а також ініціативи, спрямовані на зменшення негативного впливу на довкілля, є важливими аспектами їх діяльності.

Роль СКВ в одноранговій економіці.

1. Прозорість та відповідальність. Компанії в секторі однорангової економіки взаємодіють з великою кількістю користувачів та локальних спільнот, що зобов'язує їх діяти відповідально та прозоро. Це означає не тільки захист даних користувачів, але й чесне інформування про умови послуг та потенційні ризики
2. Етичні практики включають справедливе ставлення до всіх учасників платформи, включаючи працівників, користувачів та партнерів, а також забезпечення гідних умов праці та адекватної оплати.
3. Сприяння місцевому бізнесу. Багато платформ однорангової економіки допомагають місцевим підприємцям досягти ширшої аудиторії, що сприяє економічному розвитку локальних спільнот.
4. Співпраця з місцевою владою. Надання технологічних рішень та платформ для вирішення соціальних та екологічних проблем, таких як управління відходами або оптимізація громадського транспорту.

5. Зменшення викидів. Платформи спільного використання транспорту сприяють зменшенню кількості особистих автомобілів на дорогах, що веде до зниження викидів вуглекислого газу та поліпшення якості повітря.
6. Сприяння економії ресурсів. Системи спільного користування предметами повсякденного вжитку або одягом допомагають зменшити виробництво відходів та споживання природних ресурсів, сприяючи культурі «менше споживати, більше ділитися».
7. Освітні програми та ініціативи. Багато компаній запроваджують програми, спрямовані на підвищення обізнаності серед користувачів та співробітників щодо важливості сталого розвитку та способів зменшення екологічного впливу.

Враховуючи вищезазначене, компанії в рамках однорангової економіки відіграють важливу роль у розвитку сталої економіки та підтримці локальних спільнот, пропонуючи інноваційні рішення для соціальних та екологічних викликів. Їх зусилля у сфері соціальної відповідальності та сталого розвитку можуть мати значний позитивний вплив на суспільство та довкілля.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ОДНОРАНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1 Аналіз ринку та цільових сегментів в умовах однорангової економіки

Методи дослідження ринку в одноранговій економіці відіграють ключову роль у визначенні цільових аудиторій та їх потреб. Враховуючи специфіку однорангових платформ, де відбувається пряма взаємодія між користувачами (надавачами та споживачами послуг або товарів), знання про цільову аудиторію стає вирішальним фактором успіху. Нижче наведено ключові методи дослідження ринку, які можуть бути застосовані в контексті однорангової економіки:

Опитування. За допомогою опитувань компанії звертаються до учасників, щоб отримати відповіді на питання. Вони можуть проводити опитування різними способами, включаючи:

- телефон: представники компанії здійснюють холодні дзвінки, щоб попросити людей відповісти на серію сценарійних питань;
- пошта: компанія надсилає питання в письмовому форматі на поштові адреси людей;
- онлайн: компанія звертається до учасників по електронній пошті або надсилає посилання на онлайн-форму, яку вони можуть заповнити;
- особистий контакт: компанія спілкується з людьми, яких вони зустрічають у місцях з великим потоком людей. Особисті опитування дозволяють учасникам спробувати зразки продуктів або послуг.

Опитування можуть бути ефективним способом збирати велику кількість даних для аналізу. Письмові опитування також можуть мати перевагу у тому, що вони спонукають до відвертих відповідей, оскільки дозволяють учасникам відчувати себе так, ніби вони висловлюють свою думку у приватності.

Фокус групи – це група людей, які беруть участь у модерованій дискусії. Для проведення групи фокусування компанії збирають осіб, які представляють демографічну групу споживачів, задають питання і записують відповіді. Тому що учасники представляють більшу групу людей, їх відповіді можуть надати уявлення про те, що споживачі хочуть від компанії або продукту. Групи фокусування мають перевагу над опитуваннями тим, що дозволяють взаємодіяти з учасниками протягом триваліших періодів.

Компанії можуть використовувати групи фокусування, коли розробляють новий продукт або послугу та бажають задати питання, які важко задати або відповісти у письмовій формі. Наприклад, з новим продуктом компанія може почати сесію з тим, що учасники використовують продукт, а потім задавати їм питання про продукт. Середовище групи фокусування дозволяє учасникам здобути досвід з використання продукту, що допомагає забезпечити, що вони базують свої відповіді на власному досвіді.

Інтерв'ю. Інтерв'ю поєднує елементи групи фокусування та інтерв'ю один на один. Воно передбачає опитування одного учасника за раз і запис їх відповідей. Питання часто є відкритими, і дослідники закликають інтерв'юваного давати глибокі відповіді. Дослідники можуть ставити додаткові питання, а іноді дозволяють інтерв'юваному задавати свої питання. Якітативні інтерв'ю вимагають більше часу та інших ресурсів для виконання, але вони часто дають глибокі уявлення про цінності та пріоритети споживачів.

Моніторинг соціальних медіа. Користувачі соціальних медіа часто висловлюють свою думку щодо різних тем, включаючи компанії та їх продукти. За допомогою моніторингу соціальних медіа дослідники можуть шукати теми обговорення та аналізувати, що кажуть споживачі. Наприклад, компанія може шукати відгуки про свій флагманський продукт і переглядати думки людей, які його придбали. Таким чином, вони можуть збирати дані про сприйняті сильні та слабкі сторони, а також потенційні напрями вдосконалення. Дані можуть відображати нефільтрований погляд.

Спостереження. У маркетингових дослідженнях спостереження означає вивчення того, як споживачі насправді поведуться, коли вони роблять покупки. Часто це включає відеозйомку покупців у торговельному середовищі, такому як магазин, та аналіз їх звичок або шаблонів покупок. Якщо вони не знають про спостереження, цей метод може показати їх природні реакції, а не те, як вони думають про себе. Наприклад, спостереження може показати дослідникам, які стимули в магазині можуть впливати на покупців, які продукти привертають найбільше покупців і як упаковка або виставки впливають на рішення.

Польові випробування. У польовому випробуванні компанія дозволяє користувачам використовувати продукт в звичайних умовах, а потім збирає дані, які надають учасники. Наприклад, компанія, яка розробляє новий тип тостера, може набрати осіб, щоб вони використовували тостер протягом певного періоду. Учасники будуть записувати і надсилати свої враження, які компанія проаналізує для вдосконалення продукту.

Альтернативно компанія може розмістити новий продукт у магазині, щоб побачити, як покупці реагують на нього. Метою випробування може бути аналіз реакцій покупців на рекламу, визначення ступеня привабливості продукту для випадкових покупців або пропонування зразків використання продукту перед збором відгуків.

Аналіз конкурентів. Аналіз конкурентів - це метод вторинного маркетингового дослідження, за яким компанія збирає та аналізує інформацію про конкурентів у своєму ринку. Це включає визначення всіх основних та вторинних конкурентів вашого бізнесу і визначення їх пропозицій, прибутку, маркетингових стратегій та іншого. Ця інформація може дати вам уявлення про сильні та слабкі сторони ваших конкурентів та вашого положення відносно них. Вона також може надати уявлення про успішні бізнес-моделі та переваги споживачів, що дозволить вам впроваджувати стратегії, які ймовірно будуть прибутковими.

Публічні дані. Публічні дані - це метод вторинного маркетингового дослідження, який передбачає пошук та аналіз даних, що стосуються ринку та

доступні для загального огляду. Часто ці дослідження доступні безкоштовно в Інтернеті або в бібліотеці. Джерелами цієї інформації можуть бути дослідницькі центри, опитування або урядові бази даних. Часто компанії доповнюють своє основне маркетингове дослідження публічними даними для підтвердження інформації або вимірювання її порівняно з іншими даними.

Придбання даних. Компанії, яким не вистачає часу або ресурсів для проведення власного маркетингового дослідження, можуть придбати дані досліджень від різних джерел. Є кілька компаній маркетингових досліджень, які продають підписки для доступу до своїх дослідницьких баз даних. Річна підписка може коштувати до 8000 доларів і надає вам маркетингові дослідження для різних галузей промисловості та країн. Цей варіант може бути корисним для невеликих або середніх компаній, які не можуть витратити кошти на первинне маркетингове дослідження.

Аналіз даних продажів. Аналіз даних продажів може бути корисним методом вторинного маркетингового дослідження, що використовується поряд з іншими методами, такими як аналіз конкурентів, для відображення взаємозв'язків між стратегіями бізнесу та продажами. Це також може дати уявлення про звички покупців у вашому ринку та допомогти виявити тенденції споживачів.

2.2 Інноваційні стратегії та технології в одноранговій економіці

Інновації відіграють ключову роль у формуванні конкурентних переваг в одноранговій економіці. Вони дозволяють компаніям випереджати конкурентів, пропонуючи унікальні товари, послуги або бізнес-моделі, які краще задовольняють потреби споживачів.

Технологічні інновації – розробка новітніх технологій або використання існуючих технологій у нових контекстах може створити значні переваги.

Наприклад, використання блокчейну для забезпечення прозорості та безпеки транзакцій в однорангових мережах.

Процесні інновації – вдосконалення внутрішніх процесів, щоб зробити їх ефективнішими, швидшими або дешевшими. Це може включати автоматизацію процесів, оптимізацію ланцюгів поставок або впровадження гнучких методик роботи.

Модельні інновації – створення нових бізнес-моделей, які кардинально змінюють спосіб надання та споживання товарів і послуг. Наприклад, платформи для спільного користування автомобілями змінили традиційні підходи до володіння та користування автотранспортом.

Інновації відіграють ключову роль у створенні конкурентних переваг для підприємств у сучасному бізнес-середовищі. Ось кілька способів, які пояснюють їх важливість:

1) *Розробка унікальних продуктів або послуг.* Інновації дозволяють підприємствам створювати продукти або послуги, які відрізняються від конкурентів. Це може включати нові функції, технології, дизайн або способи постачання, які привертають увагу споживачів і роблять продукт або послугу бажаними.

2) *Покращення ефективності виробництва або операцій.* Інновації можуть допомогти підприємствам знизити витрати та покращити продуктивність шляхом впровадження нових технологій, процесів або методів управління. Це дозволяє збільшувати маржі прибутку та збільшувати конкурентоспроможність.

3) *Створення нових ринків або розширення існуючих.* Інновації можуть відкривати нові можливості для розширення бізнесу в нові географічні ринки або сегменти споживачів. Це може включати розробку продуктів або послуг, спеціально адаптованих до потреб нових аудиторій або створення стратегій маркетингу та продажу, які привертають увагу нових клієнтів.

4) *Підвищення рівня задоволення клієнтів.* Інновації можуть сприяти створенню продуктів або послуг, які краще відповідають потребам та

очікуванню клієнтів. Це може включати поліпшення якості, зручності використання, споживчих характеристик або обслуговування після продажу, що призводить до більшої лояльності клієнтів та повторних покупок.

5) *Створення переваг на ринку.* Інновації можуть допомогти підприємствам зайняти сильну позицію на ринку, яка важлива в сучасному конкурентному середовищі. Це може включати першість на ринку з новими продуктами або технологіями, заслужену репутацію як лідера в індустрії або розробку власного бренду, який відомий своєю інноваційністю та якістю.

6) *Адаптація до змін в зовнішньому середовищі.* Інновації допомагають підприємствам адаптуватися до швидких змін в економічних, технологічних, соціальних та політичних умовах. Це дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними та зберігати своє лідерство відповідно до змінних обставин.

Технологічні рішення для підтримки однорангових операцій.

Технологічні рішення є фундаментом для успішної реалізації однорангових операцій, дозволяючи підтримувати ефективність, безпеку та зручність для користувачів. До технологічних рішень однорангової економіки включають:

- платформи зв'язку – розробка інтуїтивно зрозумілих інтерфейсів і платформ, які спрощують зв'язок між користувачами, надаючи зручні інструменти для обміну інформацією, укладення угод та відгуків;

- мобільні додатки – створення мобільних застосунків, які дозволяють користувачам легко доступати до послуг однорангової економіки незалежно від їхнього місцезнаходження;

- безпека та приватність – впровадження сучасних рішень для захисту даних і транзакцій, таких як шифрування, блокчейн і автентифікація на основі біометрії, щоб забезпечити довіру та впевненість користувачів;

- аналітика даних та штучний інтелект – використання великих даних та алгоритмів машинного навчання для аналізу поведінки користувачів, оптимізації пропозицій та персоналізації досвіду споживачів;

– автоматизація та IoT – інтеграція рішень на основі Інтернету речей (IoT) для автоматизації процесів, наприклад, в системах управління спільним користуванням автомобілів або в розумних домах, що сприяє зниженню витрат і підвищенню зручності;

– Blockchain – це розподілена база даних, яка дозволяє створювати цифрові записи, які неможливо змінити або видалити без згоди всіх учасників мережі. Вона може бути використана для підтримки однорангових операцій, забезпечуючи конфіденційність, цілісність та достовірність даних між учасниками;

– Peer-to-Peer File Sharing Protocols: технології, такі як BitTorrent або IPFS (InterPlanetary File System), дозволяють користувачам обмінюватися файлами безпосередньо між собою, обходячи централізовані сервери. Це дозволяє ефективно обмінюватися великими обсягами даних та забезпечувати швидку доставку без необхідності посередника;

– Peer-to-Peer Payment Systems: технології, такі як криптовалюта та платіжні протоколи P2P, дозволяють користувачам здійснювати прямі платежі один одному без участі банків чи інших фінансових посередників. Це забезпечує швидкі та ефективні фінансові транзакції без комісій і обмежень;

– Decentralized Autonomous Organizations (DAOs): DAOs - це організації, які функціонують на основі розподіленої технології блокчейн, де рішення приймаються колективно всіма учасниками мережі, а не централізованим управлінням. Вони можуть використовуватися для управління та координації різних видів діяльності, від фінансів до управління проектами;

– Secure Multiparty Computation (MPC) – це криптографічний протокол, який дозволяє декільком учасникам обчислювати спільні функції над своїми приватними даними, не розкриваючи їх одне одному. Це може бути використано для розв'язання проблем спільного прийняття рішень та обміну конфіденційною інформацією між учасниками;

– Federated Learning - це метод машинного навчання, де моделі навчаються на розподілених пристроях або вузлах без необхідності передачі даних до центрального сервера. Це дозволяє зберігати конфіденційні дані на пристроях користувачів, забезпечуючи при цьому збільшення точності та швидкості навчання моделей;

– Decentralized Identity Solutions: технології, такі як блокчейн та децентралізовані ідентифікатори, дозволяють користувачам контролювати свої особисті дані та ідентифікаційні атрибути, забезпечуючи при цьому безпеку та приватність.

Застосування цих інноваційних технологій і рішень дозволяє одноранговим платформам не тільки підвищити ефективність своїх операцій, але й створювати значні конкурентні переваги, забезпечуючи високий рівень задоволення потреб користувачів.

2.3 Особливості управління та організація діяльності в компаніях однорангової економіки

У однорангових компаніях структура управління відрізняється від традиційних ієрархічних організацій. Однорангові компанії базуються на принципі рівних партнерів або учасників, які спільно приймають стратегічні рішення та відповідають за оперативну діяльність. Ось деякі основні аспекти структури управління в однорангових компаніях:

Рівність управління. У однорангових компаніях кожен учасник має рівні права та обов'язки. Немає централізованої влади або ієрархії. Рішення приймаються колективно шляхом консенсусу або голосування.

Колегіальне управління. Управління базується на колегіальних принципах, де кожен учасник має можливість висловити свою думку та приймати участь у прийнятті рішень. Це допомагає забезпечити широкий спектр перспектив та досвіду прийняття рішень.

Розподіл обов'язків. В залежності від специфіки компанії та її цілей, обов'язки та відповідальність можуть розподілятися між учасниками на основі їхніх навичок, знань та інтересів.

Взаємодопомога та співпраця. Однорангова структура сприяє взаємодопомозі та співпраці між учасниками компанії. Кожен учасник може вносити свій внесок та отримувати підтримку від інших.

Прозорість та відкритість. В однорангових компаніях зазвичай існує висока прозорість та відкритість управління. Рішення та процеси прийняття рішень можуть бути доступні для всіх учасників компанії.

Важливими аспектами та можливостями для підприємців у однорангових компаніях є:

- стимулювання творчості та інновацій: у однорангових компаніях кожен учасник має можливість внести свою унікальну перспективу та ідеї у процес розробки продукту або стратегії. Це може сприяти виникненню новаторських рішень та підвищити конкурентоспроможність компанії;

- створення міцних стосунків та командного духу: однорангова структура може сприяти формуванню спільної місії та цінностей серед учасників компанії. Це створює сприятливу атмосферу для співпраці та підтримки, що відображається на ефективності та успішності бізнесу;

- швидке прийняття рішень та реагування на зміни: однорангові компанії можуть бути більш гнучкими та швидкореагуючими на зміни в бізнес-середовищі. Посилення комунікації та прийняття рішень колективно дозволяє компанії швидко адаптуватися до нових умов та використовувати нові можливості;

- розвиток лідерських якостей та особистого зростання: участь у колективному управлінні сприяє розвитку лідерських навичок та виробленню особистої відповідальності. Учасники отримують можливість брати на себе лідерські ролі в різних аспектах діяльності компанії та виявляти свій потенціал;

– збільшення внутрішнього зацікавлення та мотивації: оскільки учасники компанії мають прямий вплив на рішення та результати, вони зазвичай виявляють більше зацікавлення та мотивації в досягненні спільних цілей. Це може призвести до підвищення продуктивності та ефективності роботи;

– розвиток різноманітності та інклюзивності: однорангова структура сприяє розвитку різноманітності та інклюзивності, оскільки кожен учасник має можливість висловити свою точку зору та бути частиною процесу прийняття рішень. Це сприяє створенню більш різноманітного та творчого середовища.

В однорангових компаніях мають місце також і виклики, з якими можуть стикатися підприємці:

– прийняття рішень: однорангова структура означає, що рішення приймаються колективно. Це може призвести до великої кількості обговорень і низької ефективності прийняття рішень, особливо якщо виникають розбіжності у поглядах;

– конфлікти і конфлікти інтересів: в однорангових компаніях можуть виникати конфлікти між учасниками, особливо коли рішення стосуються розподілу прибутку, контролю або стратегії компанії;

– нестабільність управління: відсутність централізованої влади може призвести до нестабільності управління та відсутності чіткої стратегії розвитку компанії;

– незрозумілість ролей та відповідальності: з ростом компанії може виникати плутанина в обов'язках та відповідальності, особливо коли рішення приймаються колективно;

– неефективність комунікації: недостатня комунікація або недостатня здатність досягти консенсусу може призвести до затримок у процесі прийняття рішень та виконання проектів;

– політизація процесів: у однорангових компаніях може виникати політизація прийняття рішень, коли інтереси окремих учасників переважають загальні інтереси компанії;

– неспроможність вирішувати кризові ситуації: у випадку кризових ситуацій швидке прийняття рішень може бути складним через необхідність досягнення консенсусу серед учасників;

– низька ефективність виконання рішень: без чіткого розподілу обов'язків та відповідальності може виникати недолік відповідальності за виконання рішень та втрата ефективності;

– ризик заморожування: у разі недосягнення консенсусу або уникнення конфліктів учасники можуть бути схильні заморожувати процеси прийняття рішень, що може сповільнити розвиток компанії;

– недостатність професійного керівництва: без досвіду або професійного керівництва учасників компанії може виникнути ризик недостатнього розвитку стратегій та технологій, які необхідні для конкурентоспроможності на ринку;

– вирішення конфліктів між учасниками: умови однорангової структури можуть створювати ситуації, де виникають конфлікти між учасниками, особливо якщо думки розходяться з приводу стратегічних питань або розподілу ресурсів;

– підтримка мотивації та заохочення: забезпечення постійної мотивації та заохочення учасників може бути складним, оскільки не існує ієрархічної структури, яка зазвичай надає змогу встановлювати чіткі кар'єрні траєкторії та цілі;

– збереження злагоди та співробітництва: однорангова структура потребує постійного зусилля для забезпечення згуртованості та співробітництва серед учасників компанії, щоб уникнути деструктивних конфліктів та розбіжностей;

– забезпечення ефективного прийняття рішень в умовах неоднорідності: учасники можуть мати різні цінності, досвід та експертизу, що може ускладнювати процес прийняття рішень та потребує ефективного управління різноманітністю;

– збереження стабільності та довгострокової стратегії: умови однорангової структури можуть ускладнювати забезпечення стабільності та виконання довгострокових стратегій, оскільки довгострокові плани можуть бути уражені рішеннями, що приймаються колективно;

– балансування індивідуальних та загальних інтересів: учасники компанії можуть мати різні інтереси та цілі, що може ускладнювати процес прийняття рішень та вимагати балансування індивідуальних потреб та загальних стратегічних цілей;

– збереження довіри та співпраці в умовах конкуренції: конкуренція між учасниками компанії за ресурси, вплив або винагороду може підірвати довіру та співпрацю в одноранговій структурі;

– ефективна виробнича діяльність та координація: умови однорангової структури можуть ускладнювати координацію та виробничу діяльність, особливо у великих проектах або завданнях, які вимагають великої співпраці та координації;

– забезпечення рівноваги між інноваціями та стабільністю: однорангові компанії можуть бути більш схильні до ризику та інновацій, але водночас потребують збереження стабільності та забезпечення безпеки для учасників;

– підтримка ефективного управління змінами: оскільки рішення приймаються колективно, управління змінами може бути складним, особливо коли необхідно впроваджувати нові стратегії або технології.

РОЗДІЛ 3. КЕЙС-СТАДІ ТА АНАЛІЗ ДІЮЧИХ МОДЕЛЕЙ ОДНОРАНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ

3.1 Особливості розвитку компаній спільного користування: AirBNB, Uber, Kickstarter

До найбільш відомих компаній-представники однорангової економіки відносяться:

– Airbnb - платформа, що дозволяє власникам нерухомості здавати своє житло в оренду мандрівникам. Компанія створила альтернативу традиційним готелям та гостьовим будинкам, забезпечивши при цьому різноманітність помешкань, унікальні локальні переживання, доступність;

– Uber - додаток для замовлення поїздок, який з'єднує пасажирів з водіями, що пропонують транспортні послуги. Використовуючи мобільний додаток, користувачі можуть легко замовити поїздку, а водії - приймати замовлення в реальному часі;

– TaskRabbit - сервіс, який дозволяє користувачам знаходити людей, готових допомогти з різними завданнями та послугами, від простих домашніх справ до професійних замовлень;

– Etsy - онлайн-ринок, на якому ремісники та митці можуть продавати свої унікальні вироби напряму споживачам. Etsy створила унікальний ринок для ручної роботи та вінтажних товарів, дозволяючи ремісникам та художникам продавати свої твори широкому колу покупців;

– LendingClub - платформа для peer-to-peer кредитування, яка дозволяє користувачам позичати та позичати гроші безпосередньо між собою, мінаючи традиційні фінансові інститути;

– eBay – це одна з перших масштабних онлайн-платформ для купівлі та продажу товарів. Вона функціонує як аукціон, де користувачі можуть ставити на товари, а також як маркетплейс для прямого продажу. Особливостями

діяльності компанії є те, що вона надає можливість широкого асортименту товарів, знаходити рідкісні або колекційні предмети, та реалізовано систему відгуків та оцінок.

Дослідимо особливості розвитку таких компаній спільного користування, як AirBNB, Uber, Kickstarter.

Airbnb - це онлайн-платформа, яка дозволяє людям здавати в оренду або знаходити житло в різних куточках світу. Заснована у 2008 році, ця платформа дозволяє власникам нерухомості здавати свої помешкання в короткострокову оренду туристам або подорожуючим. Airbnb трансформувала спосіб, яким ми подорожуємо, роблячи акцент на індивідуальному та аутентичному досвіді проживання, відмінному від типового готельного проживання.

На платформі Airbnb доступні різноманітні типи помешкань, від квартир та будинків до будівель та нестандартних проживань, таких як бунгало, частини будинків та навіть ферми. Кожне житло супроводжується описом, фотографіями та відгуками користувачів, що дозволяє гостям знайти варіант, який найкраще відповідає їх потребам та бюджету.

Airbnb також надає платформу для взаємодії між господарями та гостями, забезпечуючи можливість спілкування, узгодження деталей та обмін враженнями. Це сприяє створенню спільноти користувачів, яка ділиться досвідом та рекомендаціями.

Основна ідея Airbnb полягає в тому, щоб забезпечити людям можливість відчувати себе як вдома, будучи в подорожі, і забезпечити унікальний та персоналізований досвід проживання у будь-якій точці світу. Ця платформа стала популярною альтернативою традиційному готельному проживанню, пропонуючи більшу гнучкість, індивідуалізацію та взаємодію з місцевими жителями.

Вплив на місцевий ринок нерухомості та готельний бізнес:

Збільшення конкуренції. Airbnb створює конкуренцію для традиційних готелів, а також для орендарів житла на тривалий термін. Це може призвести до зниження заповненості готелів та зростання пропозиції нерухомості для оренди.

Зміна ціноутворення. З появою Airbnb може змінитися динаміка цін на ринку нерухомості та готельний бізнес. Оскільки власники нерухомості можуть самостійно встановлювати ціни, це може призвести до більшої варіативності цін та зміни цінової конкуренції.

Ефект на місцеві громади. Airbnb може мати як позитивний, так і негативний вплив на місцеві громади. З одного боку, це може сприяти розвитку туризму та підвищенню доходів для місцевих жителів. З іншого боку, це може спричинити проблеми з переповненням туристами та зростанням цін на житло для місцевих мешканців.

Як відповідь на бурхливий розвиток однорангового бізнесу на кшталт Airbnb чимало місцевих громад, міст, та країн формують регулятивні виклики, що зумовлює необхідність відповіді на них:

Легіслативні обмеження: Багато міст та країн вводять обмеження на короткострокову оренду житла через Airbnb через різні причини, включаючи заборону здачі житла на короткострокову оренду в деяких районах, обмеження на кількість днів оренди тощо.

Податкові питання. Airbnb також стикається з питаннями оподаткування, оскільки власники нерухомості повинні сплачувати податок з прибутку, отриманого від короткострокової оренди.

Боротьба з незаконними гостьовими домівками та шахрайством. Airbnb зобов'язана боротися з незаконними гостьовими домівками та шахрайством, яке може виникати у зв'язку з використанням платформи.

Стратегії управління репутацією та довірою між користувачами:

Система відгуків та рейтингів. Airbnb використовує систему відгуків та рейтингів для створення довіри між користувачами. Це дозволяє гостям та господарям ділитися своїми враженнями та досвідом.

Контактні центри підтримки користувачів. Airbnb має контактні центри підтримки користувачів, які допомагають вирішувати конфлікти та проблеми між гостями та господарями для забезпечення задоволеності клієнтів.

Політика відшкодування та страхування. Airbnb надає політику відшкодування та страхування для господарів у випадку збитків або проблем, пов'язаних з їх майном, що було здано в оренду.

Uber – це мобільна платформа для замовлення та надання послуг перевезень, яка дозволяє користувачам замовляти транспортне обслуговування через мобільний додаток. Заснована у 2009 році, компанія Uber революціонізувала спосіб, яким люди переміщуються в містах по всьому світу.

На платформі Uber користувачі можуть вибирати з різних видів транспорту, включаючи легкові автомобілі, таксі, електрокари, велосипеди та скутери. Користувачі можуть замовляти транспортне обслуговування на основі своєї потреби та у відповідності до доступності у місцевості.

Основні переваги Uber полягають у зручності та доступності, які вона надає своїм користувачам. Замовлення транспорту можна зробити всього кількома натисканнями кнопки на мобільному пристрої, а водії Uber зазвичай прибувають за декілька хвилин після замовлення.

Крім того, Uber пропонує різноманітні послуги та опції, які включають в себе розкладні поїздки, відомі як UberPool, а також преміум-клас транспорту для вибагливих клієнтів, відомий як UberBlack.

Завдяки своїй інноваційній моделі та технологічному підходу, Uber став не лише зручним та ефективним засобом пересування для мільйонів людей по всьому світу, але й змінив спосіб, яким ми дивимося на громадський транспорт та перевезення в місті.

Економічний вплив на традиційних таксистів та регуляторний ландшафт:

Конкуренція з Uber. Поява Uber інтенсифікувала конкуренцію для традиційних таксі-компаній. Традиційні таксисти вимушені конкурувати з низькими цінами та зручністю, яку пропонує Uber.

Потенційне зниження доходів. Традиційні таксисти можуть стикатися зі зниженням доходів через зменшення кількості замовлень після появи Uber. Це може вплинути на їх фінансову стабільність та життєвий стандарт.

Реакція регуляторів. Поява Uber викликала реакцію регуляторних органів, які намагаються збалансувати конкуренцію між Uber та традиційними таксі-службами, зокрема шляхом введення нових правил та обмежень.

Виклики в області безпеки та конфіденційності:

Забезпечення безпеки пасажирів: Uber повинна гарантувати безпеку пасажирів, співпрацюючи з водіями та впроваджуючи заходи безпеки, такі як перевірка даних, відгуки користувачів та системи виклику допомоги.

Конфіденційність даних. Uber має забезпечити конфіденційність особистих даних пасажирів та водіїв, зберігаючи їх приватність та запобігаючи можливим витокам даних.

Виклики з приводу зловживання системою. Uber повинна боротися з можливими випадками зловживання системою, такими як нечесні водії або пасажирів, а також зловживання тарифами та акціями.

Моделі ціноутворення та управління попитом:

Динамічна ціноутворення. Uber використовує динамічні ціни, які змінюються в залежності від попиту та подання на ринку. Це може призвести до коливань цін в залежності від часу доби, погодних умов та подій.

Стимулювання попиту. Uber заохочує пасажирів використовувати послуги в періоди з низьким попитом шляхом надання знижок та промо-акцій.

Управління ресурсами. Uber повинна ефективно управляти ресурсами, зокрема водіями та автомобілями, для забезпечення якості обслуговування та задоволеності клієнтів у всі часи.

Kickstarter – це відома онлайн-платформа краудфінансування, яка надає можливість інноваційним проектам та креативним ідеям збирати фінансування від широкого кола людей. Заснована у 2009 році, Kickstarter відіграє важливу роль у допомозі творчим особам, підприємцям та стартапам реалізувати їхні ідеї та проекти, збираючи кошти від спонсорів з усього світу.

На платформі Kickstarter творці проектів розміщують опис свого проекту, встановлюють фінансову мету та пропонують різні рівні спонсорства з винагородами для учасників. Спонсори можуть обирати проекти, які їх

зацікавили, та вносити фінансову підтримку в обмін на різні винагороди, такі як продукти, послуги або визнання.

Основна ідея Kickstarter полягає в тому, щоб забезпечити можливість будь-якій ідеї або проекту отримати фінансову підтримку від громадськості, незалежно від їх рівня розвитку чи фінансових можливостей. Це дозволяє творчим особам та підприємцям отримати необхідні кошти для реалізації своїх ідей та втілення їх в життя.

Kickstarter також допомагає збільшити усвідомленість та популярність проектів шляхом широкої мережі користувачів та можливості спілкування з потенційними спонсорами. Це не лише дозволяє залучити фінансову підтримку, але й створює спільноту навколо проекту, що сприяє його подальшому успіху.

Завдяки своєму інноваційному підходу та глобальній спільноті користувачів, Kickstarter став важливим інструментом для розвитку креативності, підтримки інновацій та стимулювання підприємництва по всьому світу.

Вплив на традиційні механізми фінансування (банки, венчурні фонди):

1. Конкуренція з традиційними джерелами фінансування. Kickstarter став конкурентом для традиційних джерел фінансування, таких як банки та венчурні фонди, шляхом надання альтернативного шляху отримання грошей для інноваційних проектів.
2. Демократизація доступу до фінансування. Kickstarter розширив можливості для стартапів та невеликих бізнесів отримати необхідні кошти, незалежно від їх репутації або доступу до традиційних каналів фінансування.
3. Платформа для валідації ідеї. Kickstarter може виступати як засіб для перевірки ринкового інтересу до конкретної ідеї або продукту, що дозволяє зробити рішення щодо подальшого розвитку проекту.

Виклики у забезпеченні прозорості та відповідальності перед спонсорами:

1. Надійність проектів та виконання обіцянок. Kickstarter повинен забезпечувати, щоб проекти, що отримали фінансування, були виконані відповідно до обіцянок, наданих їхніми творцями. Недотримання цих обіцянок може поставити під сумнів довіру до платформи.
2. Управління ризиками невдалих проектів. Kickstarter повинен розробляти механізми для управління ризиками, пов'язаними з невдалими проектами, щоб забезпечити, що спонсори не втратять свої інвестиції.
3. Прозорість у використанні коштів. Kickstarter має забезпечити прозорість у використанні фінансових коштів, що збираються для проектів, та надати звіти про їх використання.

Аналіз успішних та невдалих проектів для визначення факторів успіху:

- 1) ринковий попит та цільова аудиторія: успішні проекти на Kickstarter часто відповідають на реальний попит у ринку та мають чітко визначену цільову аудиторію;
- 2) якість та інноваційність продукту: проекти, які пропонують якісні та інноваційні продукти, зазвичай мають більше шансів на успіх;
- 3) ефективність маркетингової стратегії: успішні проекти зазвичай мають добре промисловану та ефективну маркетингову стратегію для залучення уваги та підтримки від спонсорів.

3.2 Конкурентні переваги української логістичної платформи Lardi-Trans як компанії онорангової економіки

Останні дослідження у сфері цифровізації логістики підкреслюють важливість інноваційних логістичних підходів, впровадження технологій 4.0, стратегічного використання цифрових технологій для підвищення конкурентоспроможності, та значення співпраці у логістичних мережах. Різні дизайни логістичних мереж мають свої сильні сторони, такі як економія масштабу для зниження витрат на доставку в мережі хаба та гнучкість

маршрутизації для пом'якшення наслідків перебоїв. У дослідженні (Esmizadeh & Mellat Parast, 2021) автори рекомендують розглядати гібридні логістичні моделі в ситуаціях, де компаніям потрібно акцентувати на вартості та стійкості.

У науковій праці (Winkelhaus & Grosse, 2019) науковці розвивають комплексну рамку Logistics 4.0, визначаючи термін та проводячи систематичний огляд літератури з Logistics 4.0. Вони підкреслюють роль технологій, таких як Інтернет речей, кібер-фізичні системи, великі дані, хмарні обчислення, для підтримки логістичних задач.

Науковці підкреслюють, що горизонтальна співпраця визнана ефективною практикою для сталої логістики та вантажоперевезень, пропонуючи огляд розвитку горизонтальної співпраці в транспорті за останні десять років і вказуючи на тенденції досліджень та можливості (Pan et al., 2019).

Розглянемо ключові аспекти, які відрізняють Lardi-Trans від інших гравців на ринку логістичних послуг, зокрема в контексті економіки, заснованої на довірі та взаємовигодах між учасниками.

Українська логістична платформа Lardi-Trans, що виникла на ринку в початку 2000-х, з часом стала однією з ключових гравців у сфері транспортних та логістичних послуг не тільки в Україні, але й далеко за її межами. Платформа Lardi-Trans по суті є набором інструментів для професіоналів у сфері вантажоперевезень (рис. 3.1).

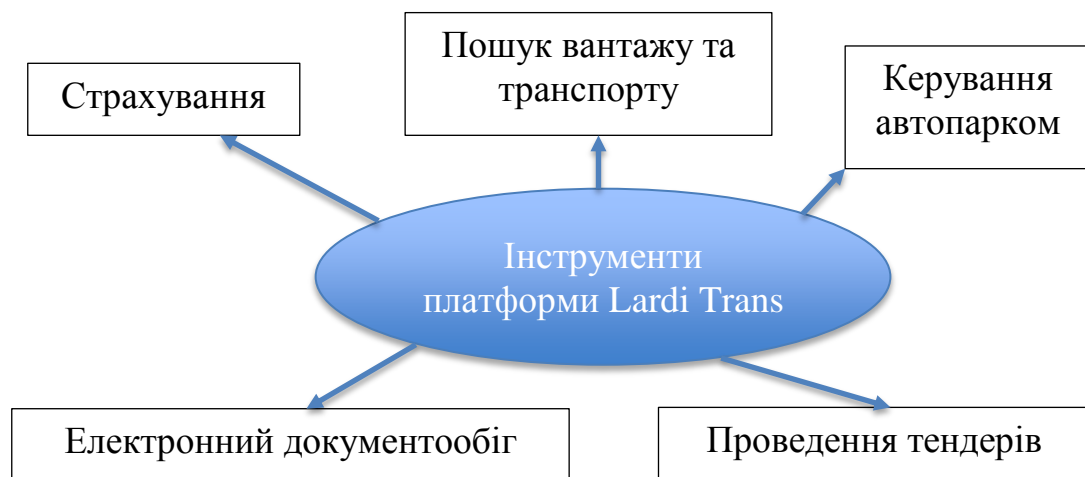


Рисунок 3.1 – Набір інструментів логістичної платформи Lardi-Trans для професіоналів у сфері вантажоперевезень

На платформі Lardi-Trans можна ознайомитися з географією та статистикою здійснених перевезень (рис. 3.2), а саме з детальним розподілом та обсягом вантажоперевезень, здійснених за допомогою логістичної платформи Lardi-Trans. Зручно аналізувати локації, та інтерактивні елементи зі статистикою, які дозволяють оцінити обсяги та напрямки перевезень. Також можна визначити ключові логістичні вузли та маршрути, які платформа використовує для обслуговування своїх клієнтів.

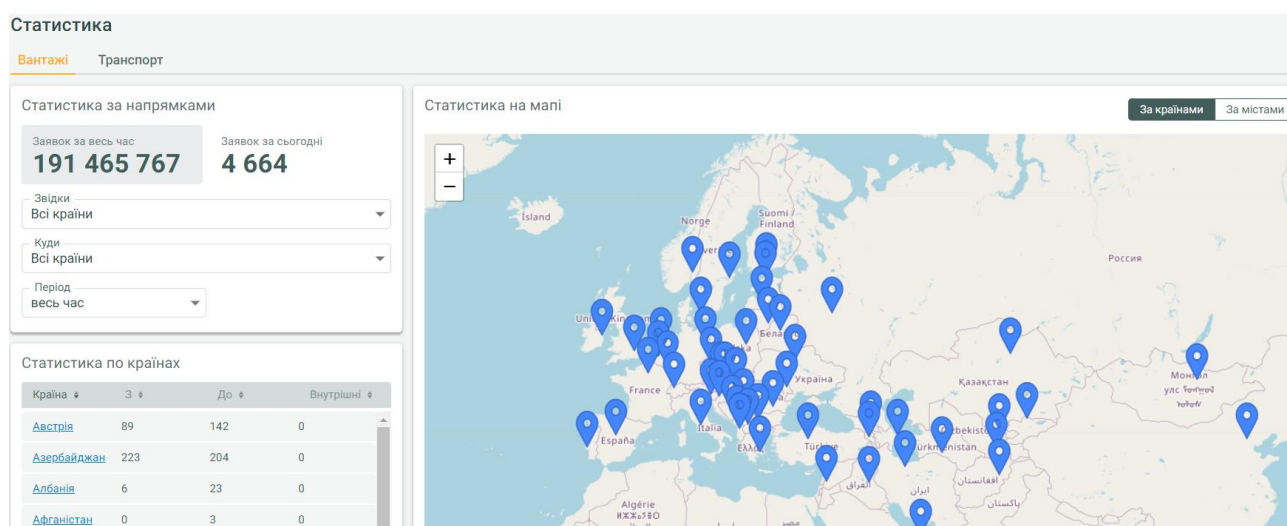


Рисунок 3.2 – Географія та статистика здійснених перевезень Lardi-Trans (Платформа, 2023)

Компанія відрізняється різноманітністю та широтою клієнтської бази, що включає різні сектори та галузі. Її клієнтами є не лише внутрішньоукраїнські, але й наявні міжнародні партнерські зв'язки, підкреслюючи глобальний охоплення та репутацію Lardi-Trans як надійного провайдера логістичних послуг (рис. 3.3).

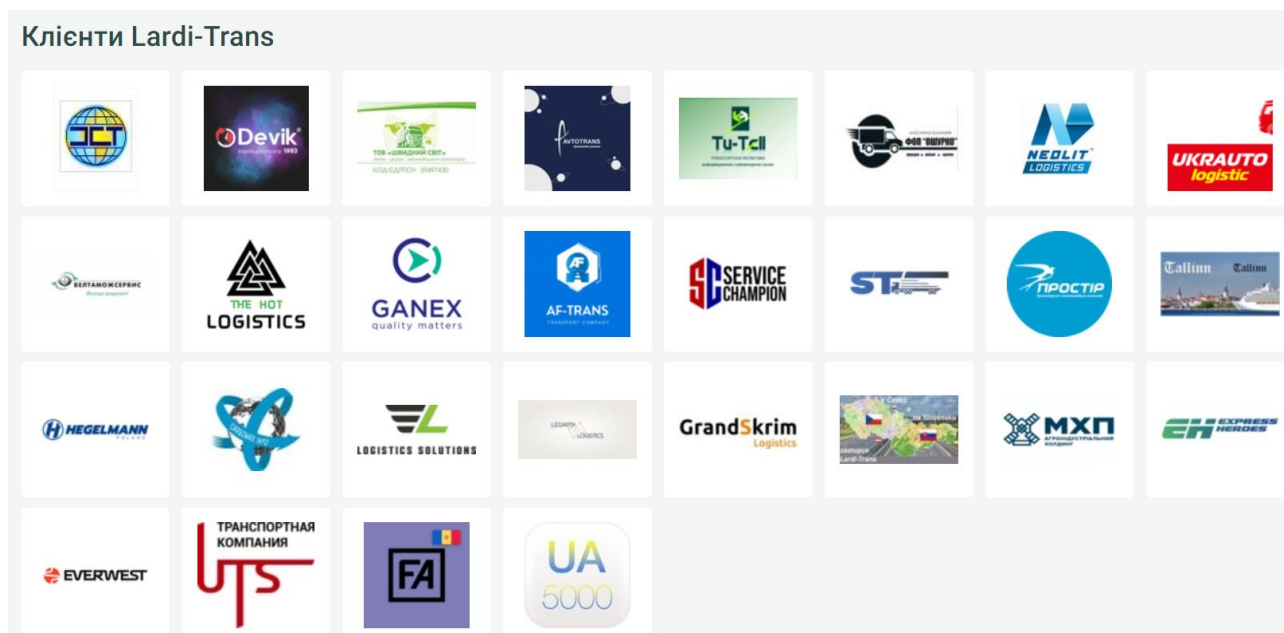


Рисунок 3.3 – Представники клієнтської бази Lardi-Trans (Платформа, 2023)

На рис. 3.4 представлено послідовність кроків, які необхідно виконати для роботи з логістичною платформою Lardi-Trans. Ця інформаційна графіка може служити в якості інструкції для нових користувачів, які бажають інтегруватися у систему Lardi-Trans і використовувати її для забезпечення своїх логістичних потреб.

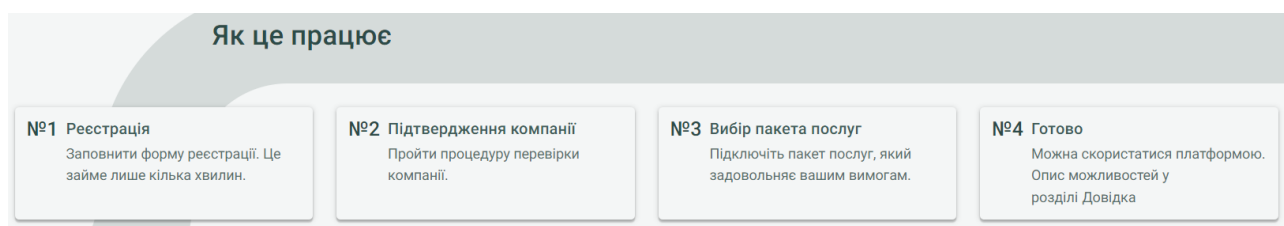


Рисунок 3.4 – Механізм роботи підприємців та логістичних компаній з Lardi-Trans (Платформа, 2023)

Успіх Lardi-Trans можна пояснити рядом конкурентних переваг, які відіграють вирішальну роль в умовах онорангової економіки, де цифровізація та платформізація бізнес-моделей змінюють традиційні підходи до ведення бізнесу.

1. *Інноваційна платформа.* Першою і, мабуть, найважливішою конкурентною перевагою Lardi-Trans є постійний розвиток технологічної бази. Lardi-Trans використовує передові технології для оптимізації логістичних процесів, що дозволяє компанії пропонувати швидкі та ефективні рішення для своїх клієнтів. Використання штучного інтелекту для аналізу даних та прогнозування потреб клієнтів дозволяє Lardi-Trans оперативно адаптуватися до змін на ринку та підвищувати рівень задоволення клієнтів. Платформа активно інвестує в оновлення свого програмного забезпечення, впровадження штучного інтелекту та машинного навчання для оптимізації логістичних процесів. Це дозволяє знижувати витрати на транспортування, підвищувати ефективність управління ланцюгами постачань та пропонувати клієнтам більш конкурентні ціни.

2. *Клієнтоорієнтованість.* Lardi-Trans активно розвиває напрямок цифрових сервісів, що дозволяє підтримувати високий рівень клієнтського сервісу. Онлайн-платформа для відстеження вантажів, мобільні додатки для замовлення транспортних послуг, а також індивідуальний підхід до кожного клієнта сприяють підвищенню лояльності та задоволення клієнтів.

3. *Відкритість та прозорість.* Однією з ключових переваг Lardi-Trans є високий рівень прозорості у взаєминах з клієнтами та партнерами. Платформа забезпечує доступ до детальної інформації про вантажоперевізників, їх тарифи, оцінки й відгуки інших користувачів. Це сприяє формуванню довіри та дозволяє клієнтам приймати обґрунтовані рішення.

4. *Екологічна відповідальність.* Lardi-Trans активно працює над зниженням вуглецевого сліду від своєї діяльності, впроваджуючи «зелені» логістичні рішення. Компанія заохочує використання електромобілів та інших екологічних транспортних засобів, а також оптимізує маршрути перевезень для мінімізації емісій CO₂. Це не тільки сприяє збереженню довкілля, але й зміцнює позиції компанії на ринку як соціально відповідального бізнесу.

5. *Спільнота та підтримка.* Lardi-Trans активно розвиває спільноту перевізників та логістів, надаючи їм платформу для обміну досвідом, знаннями

та кращими практиками. Форуми, вебінари та освітні програми створюють додаткову вартість для учасників платформи, сприяючи їх професійному розвитку.

6. *Безпека та надійність.* Забезпечення безпеки транзакцій та захист даних користувачів є пріоритетом для Lardi-Trans. Компанія використовує сучасні методи шифрування та інші заходи безпеки для захисту інформації та гарантування безпеки вантажоперевезень.

7. *Широка географія та мережа партнерів.* Завдяки активній співпраці з транспортними компаніями по всьому світу, Lardi-Trans забезпечує широку географію перевезень. Платформа дозволяє здійснювати міжнародні перевезення в Європі, Азії, Америці, забезпечуючи високий рівень сервісу та оперативності доставки. Мережа надійних партнерів дозволяє компанії запропонувати своїм клієнтам вигідні умови та гнучкі рішення для логістики будь-якої складності.

8. *Адаптація до змін ринку.* Lardi-Trans ефективно адаптується до змін у світовій економіці та на ринку логістичних послуг, швидко реагуючи на нові виклики та потреби клієнтів. Здатність швидко впроваджувати нові технології, розширювати перелік послуг та географію діяльності дозволяє компанії залишатися на передовій ринку, незважаючи на високу конкуренцію.

Lardi-Trans вирізняється на тлі інших логістичних компаній завдяки своєму інноваційному підходу, прозорості, екологічній відповідальності, активному розвитку спільноти та високому рівню безпеки. Ці конкурентні переваги не тільки забезпечують високий рівень задоволення клієнтів, але й сприяють сталому розвитку компанії в умовах онорангової економіки. Це дозволяє компанії не лише втримувати лідерські позиції на ринку, але й виступати як взірєць для інших учасників галузі, демонструючи важливість інновацій та відповідального ставлення до бізнесу та навколишнього середовища.

ВИСНОВКИ

Дипломна робота досліджує динамічний та інноваційний сектор однорангової економіки, акцентуючи увагу на ключових підприємствах, які втілили у життя принципи спільного використання ресурсів та колаборативного споживання. Вивчення компаній, таких як Airbnb, Uber, TaskRabbit, Etsy та LendingClub, дозволило оцінити як традиційні, так і новітні підходи до бізнесу в контексті спільного використання та співпраці.

В ході дослідження особливостей підприємницької діяльності в умовах однорангової економіки було виявлено ключові аспекти та механізми, які формують цей сектор економіки. Аналіз інноваційних бізнес-моделей, зокрема на платформах спільного користування, виявив значний потенціал для сталого розвитку та ефективної взаємодії між учасниками ринку.

Аналіз показує, що однорангова економіка сприяє зростанню інновацій, забезпечуючи підприємцям унікальні можливості для розвитку нових бізнес-моделей, які відповідають сучасним вимогам споживачів. Вона також відіграє значну роль у створенні цінності та підвищенні ефективності через оптимізацію ресурсів і зменшення витрат. Встановлено, що цифрові технології відіграють вирішальну роль у формуванні однорангових економічних відносин, забезпечуючи прозорість, доступність та ефективність процесів. Це, в свою чергу, сприяє демократизації підприємництва та розширенню можливостей для малого та середнього бізнесу.

Проте, існують певні виклики, пов'язані з регулюванням, конфіденційністю даних, надійністю та якістю послуг, які потребують уваги з боку як підприємств, так і регуляторних органів. Ефективне вирішення цих викликів може забезпечити стале зростання та розвиток однорангової економіки.

Українська логістична платформа Lardi-Trans виступає як приклад успішної інтеграції принципів однорангової економіки в традиційну галузь, показуючи, як цифровізація та платформізація можуть сприяти оптимізації

логістичних процесів, зменшенню витрат та підвищенню конкурентоспроможності.

На прикладі платформи Lardi-Trans було продемонстровано, як інновації, клієнтоорієнтованість, прозорість та екологічна відповідальність можуть сприяти успіху підприємства в умовах однорангової економіки. Це підтверджує потенціал подібних платформ стати зразками для наслідування в різних секторах економіки.

На підставі дослідження можна зробити висновок, що однорангова економіка має великий потенціал для подальшого розвитку та інновацій, водночас вимагаючи від учасників ринку адаптації до швидкозмінних умов та врахування соціальних, екологічних та етичних аспектів діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ahern, J. (2011). From fail-safe to safe-to-fail: Sustainability and resilience in the new urban world. *Landscape and Urban Planning*, 100(4), 341–343. <https://doi.org/10.1016/J.LANDURBPLAN.2011.02.021>
2. Ates, A., & Bititci, U. (2011). Change process: a key enabler for building resilient SMEs. *International Journal of Production Research*, 49(18), 5601–5618. <https://doi.org/10.1080/00207543.2011.563825>
3. Badran, I. (2007). Enhancing creativity and innovation in engineering education. *European Journal of Engineering Education*, 32(5), 573–585. <https://doi.org/10.1080/03043790701433061>
4. Benkler, Y. (2004). Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale Law Journal*, 114(2), 273–358. <https://doi.org/10.2307/4135731>
5. Botsman R. & Rogers R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Business, New York. 304 p.
6. Bruno, B., & Faggini, M. (2017). Sharing Economy: For an Economic Taxonomy. *International journal of economics and finance*, 9, 174-178. <https://doi.org/10.5539/ijef.v9n6p174>
7. Bruton, G., Khavul, S., Siegel, D., & Wright, M. (2015). New Financial Alternatives in Seeding Entrepreneurship: Microfinance, Crowdfunding, and Peer-to-Peer Innovations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39, 9-26. <https://doi.org/10.1111/etap.12143>
8. Esmizadeh, Y., & Mellat Parast, M. (2021). Logistics and supply chain network designs: incorporating competitive priorities and disruption risk management perspectives. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 24(2), 174-197. <https://doi.org/10.1080/13675567.2020.1744546>
9. Gössling, S., & Hall, C. M. (2019). Sharing versus collaborative economy: how to align ICT developments and the SDGs in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 27, 74-96. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560455>

10. Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
11. Kristoffersson, E. (2019). Taxing the Sharing Economy – A Swedish and EU Perspective. *WCLF Tax und IP Gesprächsband 2017*. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-24953-3_15
12. Larson A.L. (2000). Sustainable innovation through an entrepreneurship lens. *Greening of Industry Network Special Conference Issue. 'Sustainability: Ways of Knowing/Ways of Acting'*. November, 1999, Volume9, Issue5. Chapel Hill, North Carolina, USA P. 304-317 [https://doi.org/10.1002/1099-0836\(200009/10\)9:5<304::AID-BSE255>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1099-0836(200009/10)9:5<304::AID-BSE255>3.0.CO;2-O)
13. Lv, W. D., Tian, D., Wei, Y., & Xi, R. X. (2018). Innovation Resilience: A New Approach for Managing Uncertainties Concerned with Sustainable Innovation. *Sustainability* 2018, Vol. 10, Page 3641, 10(10), 3641. <https://doi.org/10.3390/SU10103641>
14. Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–159. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLECON.2015.11.027>
15. Pan, S., Trentesaux, D., Ballot, E., & Huang, G. (2019). Horizontal collaborative transport: survey of solutions and practical implementation issues. *International Journal of Production Research*, 57(17), 5340-5361. <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1574040>
16. Parola, F., Satta, G., Buratti, N., & Vitellaro, F. (2020). Digital technologies and business opportunities for logistics centres in maritime supply chains. *Maritime Policy & Management*, 48(4), 461-477. <https://doi.org/10.1080/03088839.2020.1802784>
17. Ravenelle, A. J. (2017). Sharing economy workers: selling, not sharing. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10, 281-295. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsw043>

18. Song, W., & Yu, H. (2018). Green Innovation Strategy and Green Innovation: The Roles of Green Creativity and Green Organizational Identity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 135–150. <https://doi.org/10.1002/CSR.1445>

19. Weber, T. A. (2016). Product Pricing in a Peer-to-Peer Economy. *Journal of Management Information Systems*, 33, 573-596. <https://doi.org/10.1080/07421222.2016.1205933>

20. Winkelhaus, S., & Grosse, E. (2019). Logistics 4.0: a systematic review towards a new logistics system. *International Journal of Production Research*, 58(7), 18-43. <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1612964>

21. Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54, 687-705. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>

22. Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54, 687 - 705. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>

23. Платформа Lardi-Trans. URL: <https://lardi-trans.ua>

ДОДАТОК А

Акт впровадження результатів кваліфікаційної роботи магістра

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник директора
Громадської організації
«Академія підприємництва і
менеджменту України»

І. Б. Дегтярьова



Акт

про впровадження результатів кваліфікаційної роботи магістра
Вечірка В'ячеслава Володимировича на тему:
«Дослідження особливостей підприємницької діяльності
в умовах однорангової економіки»

Результати кваліфікаційної роботи Вечірки В. В., а саме результати аналізу моделей створення доданої цінності для користувачів та підприємців на однорангових платформах використано ГО «Академія підприємництва і менеджменту України» при підготовці рекомендацій для інтернет-компаній.

Акт виданий для подання кваліфікаційної роботи до захисту на кафедрі економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування Сумського державного університету.