

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-37>

УДК 338.48(477)

ЕКОНОМІКА СПІЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ НА ПРИКЛАДІ ПЛАТФОРМИ AIRBNB ЯК ПРОЯВ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

SHARING ECONOMY USING THE EXAMPLE OF THE AIRBNB PLATFORM AS A MANIFESTATION OF INTEGRATION PROCESSES

Шикіна Ольга Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5294-3367>

Shykina Olga

Odesa National Economic University

Стаття досліджує економіку спільного споживання на прикладі платформи Airbnb як прояв інтеграційних процесів у готельному бізнесі. Дослідження аналізує вплив платформи Airbnb на традиційний готельний сектор, розглядаючи виклики та можливості, які виникають у результаті інтеграції таких інноваційних рішень у туристичну галузь. Особливий акцент зроблено на розкритті проблеми расової дискримінації, юридичних суперечок, а також впливу на регіональну економіку та ринки нерухомості. Розглянуто ключові події в історії розвитку Airbnb, зокрема виклики, пов'язані з фінансуванням, забезпеченням безпеки орендодавців, регуляторними вимогами та взаємодією з місцевою владою в різних країнах. У статті також проаналізовано аналогії між платформами Airbnb та Booking, визначено ключові відмінності їхніх бізнес-моделей та адаптаційні стратегії для готельних підприємств у конкурентному середовищі. Особливу увагу приділено рекомендаціям для регулювання сегмента спільного споживання, спрямованим на підтримку прозорості, забезпечення захисту прав споживачів та стимулювання гармонійного співіснування платформ і традиційних бізнесів у готельній галузі. Аналітичний огляд і приклади адаптації готельних підприємств допомагають окреслити перспективи розвитку інтеграційних процесів у контексті сучасного туристичного ринку.

Ключові слова: Airbnb, економіка спільного споживання, інтеграція, готельний бізнес, платформи резервування.

The article explores the sharing economy through the example of Airbnb as a manifestation of integration processes in the hospitality industry. It examines the impact of Airbnb on the traditional hotel sector, addressing both the challenges and opportunities introduced by the integration of such innovative solutions into the tourism domain. Particular attention is given to critical issues such as racial discrimination, legal disputes, and the influence of Airbnb on regional economies and real estate markets. The paper provides an in-depth analysis of the pivotal events in Airbnb's history, including the challenges related to securing funding, ensuring host safety, navigating regulatory requirements, and collaborating with local governments in various countries. The study highlights how these factors have shaped Airbnb's business model and contributed to its role as a disruptor in the traditional hospitality market. Moreover, it contrasts Airbnb with platforms like Booking, identifying key differences in their operational strategies and competitive approaches. This comparison sheds light on how hotels can adapt to the evolving market dynamics by leveraging unique customer experiences, technology-driven innovations, and enhanced service offerings. The article emphasizes the economic consequences of sharing platforms like Airbnb for the traditional hotel industry, highlighting the need for adaptive strategies to remain competitive. Examples of such strategies include forming partnerships with technology platforms, adopting flexible pricing models, and creating niche offerings to attract diverse customer segments. Furthermore, the paper outlines policy recommendations aimed at regulating the sharing economy segment. These recommendations focus on ensuring transparency, protecting consumer rights, and fostering harmonious coexistence between digital platforms and traditional businesses within the hospitality sector. In addition to discussing Airbnb's global impact, the study underscores the importance of local government interventions and cooperative frameworks that can balance innovation with community needs. By addressing issues such as taxation, short-term rental restrictions, and safety standards, the proposed regulatory measures aim to optimize the benefits of the sharing economy while mitigating its adverse effects. Through an analytical review of

market dynamics and practical examples of adaptation, the article provides a comprehensive understanding of the integration processes in the tourism industry. It offers valuable insights into how sharing platforms like Airbnb are reshaping the hospitality landscape, presenting opportunities for sustainable growth and innovation.

Keywords: Airbnb, sharing economy, integration processes, hospitality industry, tourism market, reservation platforms.

Постановка проблеми. Розвиток економіки спільного споживання став одним із ключових трендів сучасного світу. Платформи, такі як Airbnb, змінюють традиційні бізнес-моделі, забезпечуючи новий рівень доступності послуг та знижуючи бар'єри для споживачів і постачальників. У туризмі ці зміни суттєво вплинули на готельний бізнес, поставивши під питання його конкурентоспроможність. Важливим є вивчення впливу платформ спільного споживання на традиційні готельні підприємства та їхню адаптацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження вказують на значний вплив платформ економіки спільного споживання на традиційні ринки, зокрема у сфері туризму та гостинності. Увага вчених спрямована на аналіз трансформаційних процесів, викликаних популяризацією платформ, таких як Airbnb, та їх вплив на економічні, соціальні й правові аспекти функціонування галузі.

Калайтан Т. В. та Данчевська І. Р. (2023) у своїй роботі досліджують концепцію економіки сумісного користування в індустрії гостинності, акцентуючи увагу на її перевагах та викликах. Особливий акцент зроблено на взаємодії між економікою спільного споживання та страхуванням у секторі гостинності, що підкреслює важливість захисту інтересів усіх зацікавлених сторін [1]. Жул М. (2015) аналізує масштабний вплив платформ спільного споживання на ринок туристичного розміщення. У звіті Європейського парламенту наголошено на значному економічному ефекті таких платформ, як Airbnb, а також на правових та регуляторних викликах, які вони створюють для місцевої влади та традиційного готельного бізнесу. Окремо розглядається питання справедливості оподаткування та захисту прав споживачів [2]. Дослідження Давиденко І. В. та Михайлюка О. Л. (2024) розглядає стратегії кластерного розвитку у сфері туризму та гостинності, які можуть бути використані для адаптації традиційних підприємств до викликів, створених платформами спільного споживання. У роботі акцентується увага на інтеграції регіональних гравців та формуванні інноваційних підходів до управління туристичними

дестинаціями [4]. Світлинець О. В., Горішевський П. А. (2024) вивчають вплив сучасних технологій на готельно-ресторанний бізнес, зокрема цифрового маркетингу та інтернет-бронювання. У роботі аналізується роль платформ, таких як Airbnb, у зміні споживчих звичок і впровадженні інновацій у бізнес-процеси [6]. Олійник О. та інші (2024) досліджують сучасні інноваційні підходи до управління якістю та конкурентоспроможністю підприємств гостинності та туризму. У роботі висвітлено перспективи інтеграції технологій та колаборативних моделей у розвиток галузі [7].

Таким чином, аналіз останніх публікацій підтверджує значущість дослідження впливу платформ спільного споживання, таких як Airbnb, на традиційний готельний бізнес. Висновки попередніх досліджень вказують на необхідність адаптації традиційних підприємств до нових умов, розробки стратегій співпраці та регуляторних механізмів.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виявити економічні наслідки діяльності платформ спільного споживання для традиційного готельного бізнесу, визначити адаптаційні стратегії для готельних підприємств і запропонувати рекомендації для регулювання цього сегмента ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економіка спільного споживання набуває дедалі більшого значення в умовах цифрової трансформації бізнесу. Одним із найяскравіших прикладів такої економіки є платформа Airbnb, яка суттєво вплинула на традиційний готельний бізнес та стала рушієм інтеграційних процесів у галузі гостинності.

Airbnb, започаткована в 2007 році, з перших років існування привернула увагу як інноваційна бізнес-модель, що пропонує альтернативу традиційному готельному розміщенню. На даний момент компанія об'єднує понад 4 мільйони господарів у 220 країнах світу, що робить її лідером у сфері короткострокової оренди житла [1].

Ринкова капіталізація є ключовим показником для оцінки вартості компанії, відображаючи її позицію на ринку (див. рис. 1). Найвищу капіталізацію серед представлених компаній

має Airbnb – 73,34 мільярда доларів США, що перевищує показники всіх провідних традиційних готельних мереж. Друге місце займає Marriott International – 60,59 мільярда доларів, що на 17% менше, ніж у Airbnb. Компанії Hilton Worldwide (40,38 млрд доларів) і InterContinental Hotels Group (12,89 млрд доларів) займають третє і четверте місця відповідно. Airbnb має на 21% вищу капіталізацію, ніж Marriott, попри те, що остання є найбільшим оператором готельних послуг. Це демонструє переваги цифрової платформи, яка не володіє фізичними активами, але може масштабувати свої операції значно швидше [2].

Airbnb є безперечним лідером за капіталізацією серед усіх представлених компаній. Це демонструє зростання економіки спільного споживання і здатність цифрових платформ інтегрувати інноваційні підходи для залучення туристів. Відсутність фізичних активів дозволяє Airbnb знижувати витрати та збільшувати рентабельність, забезпечуючи швидке зростання. Натомість традиційні готельні компанії залежать від масштабних капіталовкладень у нерухомість [4].

Засновники Airbnb – Браян Ческі, Джо Геббія та Нейтан Блечарчик – зіткнулися з численними викликами під час створення компанії (див. табл. 1).

У жовтні 2007 року Ческі та Геббія, намагаючись оплатити оренду своєї квартири в Сан-Франциско, вирішили здавати надувні

матраци під час конференції, коли всі готелі були переповнені. Вони створили сайт «AirBed & Breakfast». Ідея здачі саме надувних матраців стала основою для унікальної бізнес-моделі, яка використовує принципи спільного споживання. Цей крок продемонстрував гнучкість і новаторський підхід, а також заклав основу для подальшого масштабування платформи. Він став першим кроком до створення глобальної платформи.

У 2008 році до команди Airbnb приєднався Блечарчик після чого було запущено оновлений сайт. Однак, незважаючи на зусилля, стартап не привертав уваги інвесторів, і засновники стикалися з фінансовими труднощами. Незважаючи на початковий скепсис інвесторів, команда Airbnb показала наполегливість і змогла знайти інноваційні способи подолання цих викликів. Це навчило засновників швидко адаптуватися та шукати альтернативні джерела фінансування [5].

У літку 2008 року засновники Airbnb щоб залучити необхідні кошти створили обмежену серію знакових пластівців «Obama O's» та «Cap'n McCain's», присвячених президентським виборам. Продаж 800 коробок «Obama O's» за \$40 кожна приніс близько \$30,000, що допомогло підтримати компанію на плаву. Цей крок не лише допоміг зберегти компанію, але й привернув увагу медіа, підвищивши впізнаваність бренду. Це підкреслює важливість креативності в управлінні бізнесом.

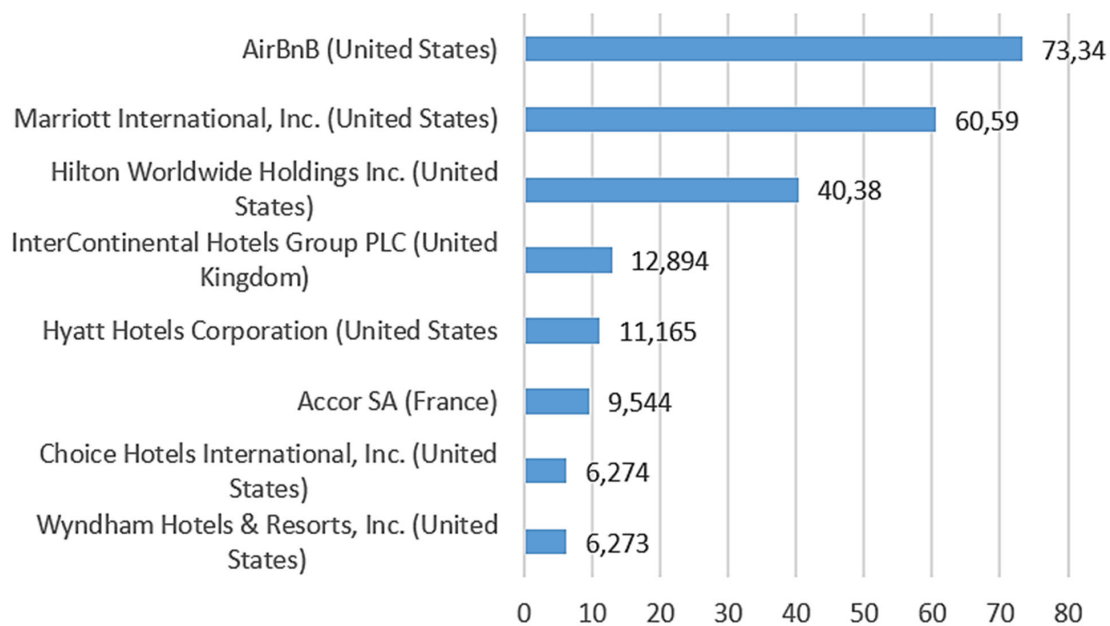


Рис. 1. Ринкова капіталізація провідних готельних компаній світу та компанії Airbnb станом на вересень 2023 (у мільйонах доларів США)

Джерело: [3]

Таблиця 1

Виклики з якими стикалася компанія Airbnb

Рік	Подія	Вплив на розвиток
2007	Нестача коштів для сплати оренди призвела до потреби здавати надувні матраци	Унікальна бізнес-модель спільного споживання
2008	Запуск оновленого сайту Airbnb	Адаптація до альтернативних джерел фінансування
2008	Випуск обмеженої серії злакових пластивців «Obama O's» присвячених президентським виборам.	Креативний підхід до збору коштів і маркетингу
2009	Отримання \$20,000 інвестицій від програми Y Combinator	Інвестування у якісні фотографії помешкань на порталі значно підвищили довіру користувачів
2011	Акт вандалізму на платформі Airbnb та негативне висвітлення у соціальних мережах питання безпеки	Виявлення не готовності платформи Airbnb до 24/7 підтримки власників приміщень
2012	Юридичні суперечки щодо законності короткострокової оренди через Airbnb у США	Компанія була змушена змінити свій підхід і почати співпрацювати з місцевою владою у США
2014	Юридичні суперечки щодо законності короткострокової оренди через Airbnb у ЄС	Компанія була змушена змінити свій підхід і почати співпрацювати з місцевою владою у ЄС
2015-2016	Початок впровадження механізму сплати податків та дотримання місцевих законів	Зменшення напруження та легалізація діяльності сервісу в багатьох регіонах
2016	Платформа Airbnb зіткнулася з серйозними звинуваченнями у сприянні расовій дискримінації	Негативний вплив розповсюдження руху #AirbnbWhileBlack та необхідність швидкої реакції
2017	Штрафи за незаконну оренду	Зміцнення довіри до платформи
2018	Питання прозорості цін та захисту прав споживачів	Узгодження з законодавством ЄС підтвердило готовність Airbnb адаптувати свою бізнес-модель

Джерело: [5]

Після участі в програмі Y Combinator у 2009 році, Airbnb отримала \$20,000 інвестицій. Засновники виявили, що низька якість фотографій житла відлякує користувачів. Вони особисто фотографували помешкання, що призвело до зростання популярності сервісу. Участь у програмі Y Combinator і подальша інвестиція \$20,000 стали ключовими подіями для розвитку Airbnb. Фокус на якісних фотографіях помешкань значно підвищив довіру користувачів і продемонстрував важливість уваги до деталей для успіху платформи [5].

Перший акт вандалізму на платформі Airbnb відбувся у 2011 році, коли орендарі завдавали шкоди майну власників. Це призвело до негативного висвітлення в ЗМІ та викликало питання щодо безпеки сервісу. Проблеми з безпекою привели до необхідності впровадження страхових механізмів і

політик, які захищають господарів. Це стало стимулом для Airbnb покращити свої стандарти обслуговування та продемонструвало важливість швидкої реакції на кризи.

З 2012 року у багатьох містах, таких як Нью-Йорк та Сан-Франциско, почалися юридичні суперечки щодо законності короткострокової оренди через Airbnb. Місцева влада стверджувала, що сервіс сприяє порушенню житлових законів та ухиленню від сплати податків. Юридичні виклики стали значною перешкодою для Airbnb, проте вони вказали на важливість дотримання місцевого законодавства. Ці суперечки змусили компанію змінити свій підхід і почати співпрацювати з місцевою владою [5].

Програма протекціонізму класичних готелів у 2014 році вдарилася по Airbnb у таких містах, як Берлін та Амстердам, де було запро-

ваджено обмеження на короткострокову оренду, вимагаючи реєстрації та обмежуючи кількість днів для здачі житла. Європейський Союз також вимагав від Airbnb надавати інформацію про власників житла та узгодити умови використання з законодавством ЄС. Це забезпечило кращу прозорість і відповідність законодавству, сприяючи легалізації платформи в Європі.

У 2015-2016 роках Airbnb почала співпрацювати з місцевою владою в різних містах, впроваджуючи механізми сплати податків та дотримання місцевих законів. Це дозволило зменшити напруженість та легалізувати діяльність сервісу в багатьох регіонах. Це також стало позитивним прикладом взаємодії бізнесу та регуляторів [5].

У 2016 році платформа Airbnb зіткнулася з серйозними звинуваченнями у сприянні расовій дискримінації. Проблема стала широко обговорюваною завдяки кільком дослідженням і скандалам, які виявили вплив імен, прізвищ та фотографій у профілях користувачів на рішення власників житла. Звинувачення у расовій дискримінації негативно вплинули на репутацію Airbnb, але також змусили компанію впровадити політики недискримінації та вдосконалити функціонал платформи. Це стало важливим уроком для підвищення інклюзивності.

Згідно з дослідженням 2016 року, проведеним Гарвардським університетом, імена користувачів, які асоціюються з афроамериканським походженням, знижували ймовірність підтвердження бронювання. Господарі значно частіше відмовляли таким користувачам, ніж тим, чиї імена сприймалися як «білі». Наявність фотографії в профілі також стало фактором дискримінації. Власники житла надавали перевагу гостям із фотографіями, які відповідали їхнім суб'єктивним уявленням про «безпечність» або «соціальну прийнятність».

Широкого розповсюдження тримав хештег #AirbnbWhileBlack. Рух, ініційований користувачами соціальних мереж, поширився як спосіб висвітлення особистих історій дискримінації на платформі. Багато користувачів ділилися випадками, коли їхнє бронювання було скасоване або проігнороване через їхній расовий чи етнічний бекграунд.

У відповідь на критику компанія запровадила політику недискримінації. Airbnb розробила спеціальну угоду, яку мають підписати всі користувачі платформи. У ній зазначено зобов'язання уникати дискримінації за будь-якими ознаками, включаючи расу. Програма

«Open Doors» від Airbnb зобов'язала знаходити альтернативні місця проживання для гостей, які зіткнулися з дискримінацією. Компанія зменшила видимість фотографій у профілях користувачів до моменту підтвердження бронювання, щоб уникнути упередженості з боку господарів.

У 2017 році у деяких містах, таких як Париж та Барселона, влада посилила контроль за діяльністю Airbnb, вводячи штрафи за незаконну оренду та вимоги щодо реєстрації. Посилений контроль і штрафи підштовхнули Airbnb до запровадження прозорих правил і реєстрації користувачів. Це допомогло зміцнити довіру до платформи як серед користувачів, так і серед регуляторів.

У 2018 році Європейська комісія вимагала від Airbnb узгодити свої умови з законодавством ЄС, зокрема щодо прозорості цін та захисту прав споживачів. Компанія внесла відповідні зміни, щоб відповідати вимогам регуляторів. Узгодження з законодавством ЄС підтвердило готовність Airbnb адаптувати свою бізнес-модель до міжнародних стандартів. Прозорість цін і захист прав споживачів стали важливими конкурентними перевагами.

Протягом свого розвитку Airbnb стикалася з численними викликами, включаючи фінансові труднощі, скандали, пов'язані з безпекою, та юридичні перепони. Завдяки інноваційному підходу, співпраці з владою та адаптації до місцевих законів, компанія змогла подолати ці перешкоди та стати одним із лідерів на ринку короткострокової оренди житла.

Згідно з даними Statista (2023a), Airbnb демонструє стабільне зростання навіть у період криз, таких як пандемія COVID-19. У 2022 році дохід платформи склав 8,4 млрд. дол., перевищивши показники попереднього року (5,99 млрд. дол. у 2021 році). Північна Америка є основним ринком для компанії, проте регіони Європи, Близького Сходу та Африки також забезпечують значний дохід, що свідчить про глобальний характер інтеграційних процесів у бізнесі платформи.

Airbnb успішно використовує економіку спільного споживання, поєднуючи інтереси господарів та гостей. Компанія пропонує унікальні можливості для гостей, які шукають дешевші та автентичніші альтернативи готельному номеру. Унікальність бізнес-моделі полягає в її гнучкості, що дозволяє адаптуватися до регіональних потреб і створювати додаткову вартість через інтеграцію технологій та локальних пропозицій.

Інтеграційні процеси Airbnb також відображаються у глобальній експансії: відкриття офісів, таких як у Гамбурзі (Німеччина) у 2011 році, підтверджує стратегічний підхід до завоювання нових ринків. Успішна інтеграція платформи у туристичний сектор сприяє формуванню нових економічних відносин між учасниками ринку, стимулюючи конкуренцію та інновації.

Однак, крім Airbnb, ринок платформ бронювання туристичних послуг також охоплює такі великі гравці, як booking.com, tripadvisor.com, agoda.com та інші, які забезпечують різноманітність пропозицій і суттєво впливають на поведінку споживачів (див. рис. 2).

Згідно з аналітикою за період із квітня 2022 року по січень 2024 року, booking.com залишається найбільш відвідуваною платформою для бронювання, із середньомісячною аудиторією 559,63 млн. користувачів. Це майже в п'ять разів більше, ніж у Airbnb (100,1 млн.), що підтверджує домінування Booking у сегменті традиційного бронювання житла [6].

Наступними за популярністю є tripadvisor.com – 176,65 млн. середньомісячних відвідувань, який позиціонує себе як платформа з оглядами та рекомендаціями. Четверте місце займає wetter.com – 99,67 млн., орієнтований на прогноз погоди, що підтверджує важливість погодних умов у плануванні подорожей. П'яте місце займає americanexpress.com – 94,93 млн., який поєднує туристичні послуги з фінансовими пропозиціями. Шосте місце за bahn.de (85,36 млн.) та восьме місце за ryanair.

(80,76 млн.) – платформи, які забезпечують бронювання транспортних послуг [7].

Популярність платформ демонструє, що туристи обирають різні сервіси залежно від своїх потреб. Так, Booking.com зберігає лідерство через широке охоплення готелів, апартаментів та можливості бронювання туристичних пакетів. Tripadvisor.com привертає увагу туристів як джерело незалежних відгуків, що суттєво впливає на вибір місць проживання, ресторанів чи туристичних атракцій. Airbnb виділяється завдяки унікальності пропозицій, включаючи «досвід» та доступ до приватних помешкань, що створює автентичні враження для туристів. Agoda.com є потужним гравцем на азійському ринку, що свідчить про його регіональну спеціалізацію. Ryanair.com та bahn.de демонструють значний попит на транспортні послуги в регіональному та міжнародному масштабі [8].

Ці платформи не лише конкурують, але й часто інтегруються одна з одною. Наприклад, платформи транспортних послуг, як-от bahn.de, можуть співпрацювати з Airbnb чи Booking для надання знижок чи спільних пропозицій. Така інтеграція є одним із ключових факторів економіки спільного споживання, що стимулює розвиток інноваційних бізнес-моделей.

Booking.com має сильну позицію у традиційному сегменті готельного бізнесу завдяки широкій базі клієнтів, зручності використання та інтеграції з іншими послугами. Airbnb позиціонується як інноваційна платформа з акцентом на автентичність та унікальний досвід, але стикається з юридичними викликами.

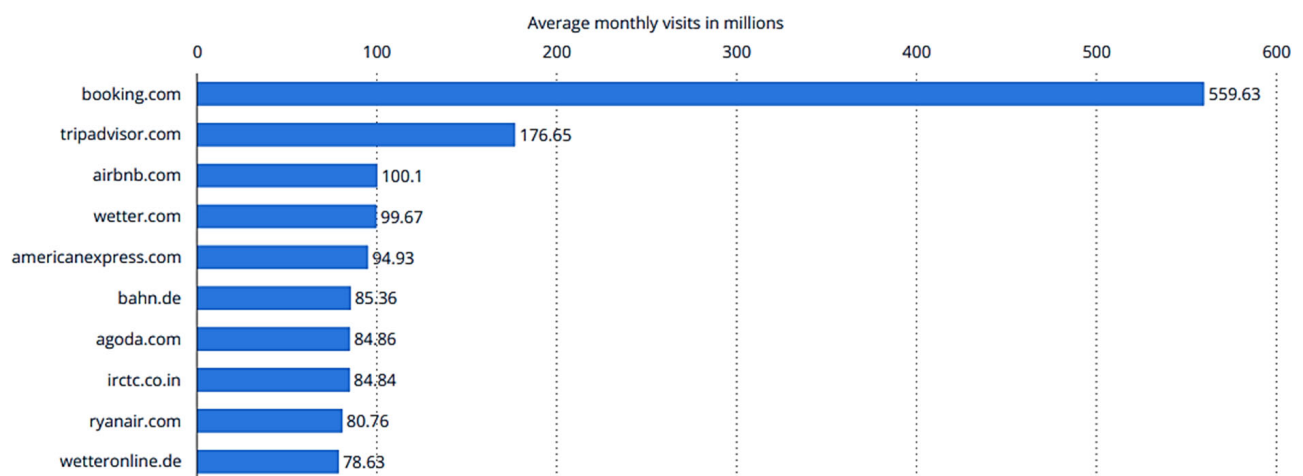


Рис. 2. Найпопулярніші веб-сайти про подорожі та туризм у всьому світі з квітня 2022 року по січень 2024 року, на основі середньомісячних відвідувань (млн.)

Джерело: [3]

Таблиця 2

Порівняльна таблиця платформ Booking.com та Airbnb

Показник	Booking.com	Airbnb
Модель бізнесу	Агрегатор житла, працює з готелями, апартаментами, хостелами, пансіонатами	Платформа спільного споживання, орієнтована на оренду приватного житла та унікальних локацій
Цільова аудиторія	Переважно туристи, бізнес-клієнти, користувачі, які шукають традиційне житло	Туристи, які шукають автентичні враження, унікальні або бюджетні помешкання
Пропозиція житла	Широкий вибір готелів, апартаментів, вілл	Приватні помешкання, кімнати, унікальні локації (будинки на деревах, яхти, замки)
Ціноутворення	Динамічне ціноутворення, залежить від політики готелів та сезонності	Гнучке ціноутворення, залежить від власника житла, з можливістю застосування знижок
Функціональність платформи	Зручне бронювання, пошук за фільтрами, підтримка клієнтів 24/7, програми лояльності (Genius)	Можливість бронювання житла та досвід, комунікацію з власником житла через платформу
Регіональна спеціалізація	Глобальне покриття з особливим фокусом на Європу та США	Присутність у 220+ країнах, популярність у Північній Америці та регіонах з екзотичними локаціями
Додаткові сервіси	Пропозиції турів, оренда автомобілів, пакети з квитками	Досвід – організовані заходи та майстер-класи від місцевих жителів
Юридичні аспекти	Часто співпрацює з юридичними компаніями, що займаються орендою	Часті суперечки щодо оподаткування, регулювання короткострокової оренди у великих містах
Репутація та відгуки	Більшість відгуків стосується професійного сервісу та відповідності опису	Можуть бути скарги на відсутність професійного обслуговування, але акцент на унікальності досвіду
Рівень інтеграції	Співпрацює з туристичними агентствами, авіакомпаніями	Залучає місцеві громади до створення пропозицій та досвіду

Джерело: [7–8]

Розуміння цих відмінностей допомагає готельним підприємствам адаптувати свої стратегії до роботи з обома платформами або розробити конкурентні пропозиції.

Висновки. Економіка спільного споживання через призму платформи Airbnb як прояв інтеграційних процесів у готельному бізнесу впливає на зменшення ринкової частки готелів. Airbnb активно конкурує з традиційними готелями, пропонуючи альтернативні варіанти розміщення, які часто є дешевшими та адаптованими до індивідуальних потреб туристів. Це знижує попит на готельні послуги, особливо в сегменті економ-класу.

Звісно платформа Airbnb, беручи до уваги масштаби компанії, здійснює ціновий тиск. Поява Airbnb змушує готелі знижувати ціни для збереження конкурентоспроможності. Це особливо впливає на готелі середнього

класу, які найчастіше конкурують із приватними орендодавцями.

Активно відбувається зміна структури попиту, так як клієнти, орієнтовані на унікальний досвід і культурну автентичність, все частіше обирають Airbnb замість готелів. Це змінює поведінку споживачів, підриваючи традиційні моделі обслуговування.

Ще одною зміною, що підсилила появу платформи Airbnb є нелегальна конкуренція. У багатьох випадках платформи спільного споживання функціонують без дотримання стандартів, які є обов'язковими для готелів (санітарні норми, безпека, ліцензії), що створює нерівні умови для ведення бізнесу.

Не останнє місце займає економічний вплив на зайнятість. Скорочення попиту на традиційні готелі може призвести до зменшення кількості робочих місць у цій галузі.

Але і ринок класичних готелів не сприймає ситуацію з покором. Більшість перепон, що було організовано для функціонування платформи Airbnb відбувалось з ініціативи міжнародних готельних мереж США. Крім того готелі можуть впроваджувати послуги, які нагадують досвід Airbnb. Тренд на тематичні кімнати, апартаменти з кухнями та простори, що створюють відчуття «як вдома» можна реалізувати і у готельному бізнесі. Реалізація фокусу на унікальність і клієнтоорієнтованість через впровадження персоналізованих послуг, створення унікальних пропозицій, таких як культурні або гастрономічні тури, пов'язані з місцевим контекстом.

Але спостерігається і інша крайність – деякі незалежні готелі вже починають працювати з Airbnb, пропонуючи свої послуги через цю платформу для досягнення більшої аудиторії.

Зі сторони держави платформа Airbnb повинна бути суворо регульована через запровадження обов'язкової реєстрації орен-

давачів на платформах спільного споживання та встановлення максимального терміну оренди для житлових приміщень, які здаються через Airbnb. Стосовно податкової політики необхідним є введення єдиних податкових зобов'язань для платформ Airbnb та традиційних готелів, запровадження туристичних зборів для орендованих через платформи об'єктів.

Рішення питань податкового спостереження та контролю є використання цифрових технологій для моніторингу обсягів короткострокової оренди та відповідності житлових стандартів. Захист потреб споживачів може бути реалізовано через створення механізмів для скарг клієнтів на недобросовісних орендавачів.

Реалізація цих заходів дозволить створити справедливі умови для функціонування традиційних готелів і платформ спільного споживання, сприяючи збалансованому розвитку туристичного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Калайтан Т. В., Данчевська І. Р. Економіка сумісного користування та страхування в індустрії гостинності. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна серія «Економічна»*. 2023. № 104. С. 58–67. DOI: <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2023-104-07>
2. Juul M. (2015). The sharing economy and tourism: tourist accommodation. European Parliament Research Service Briefing, Brussels. European Union. 2015. European Parliament: веб-сайт. URL: <http://surl.li/njkorh>
3. Airbnb – statistics & facts. 2023. Statista: веб-сайт. URL: <https://www.statista.com/study/24578/airbnb-statistics-dossier/>
4. Регіональні напрями стратегії кластерного розвитку сфери туризму та гостинності : моногр. / заг. ред.: І.В. Давиденко, О. Л. Михайлюк. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2024. 270 с.
5. Лей Галлагер. Історія Airbnb: Як троє звичайних хлопців підірвали готельну індустрію. Київ : Book Chef, 2018. 384 с.
6. Світлиць О. В., Горішевський П. А., Шикіна О. В. Вплив сучасних технологій на розвиток готельно-ресторанного бізнесу: від інтернет-бронювання до цифрового маркетингу. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. Серія: "Економічні науки". 2024. № 6. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-6-9977>
7. Oliinyk, O., Dolynska, O., Polova, O., Shykina, O. and Sliusarchuk, O. (2024). Modern, Innovative Approaches to Managing the Quality and Competitiveness of Hospitality and Tourism Businesses. *Econ. Aff.*, 69 (Special Issue): 169–177. URL: <http://surl.li/uoweb>
8. Шикіна О. В. Роль інтеграційної діяльності в забезпеченні розвитку готельних мереж. *Глобалізаційні процеси : виклики та рішення : матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, МГУ, 12 листопада 2024 р.)*. 2024 р. 243 с. С. 170–172. URL: <http://surl.li/kwlphph>

REFERENCES:

1. Kalaitan T., & Danchevska I. (2023). Sharing economy and insurance in the hospitality industry. *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University Economic Series*, (104), 58–67. DOI: <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2023-104-07>. (in Ukrainian)
2. Juul, M. (2015). The sharing economy and tourism: tourist accommodation. European Parliament Research Service Briefing, Brussels. Retrieved from <http://surl.li/njkorh>
3. Statista (2023). Airbnb – statistics & facts. Retrieved from <https://www.statista.com/study/24578/airbnb-statistics-dossier/>

4. Davydenko, I. V., & Mykhailiuk, O. L. (Eds.). (2024). *Rehionalni napriamy stratehii klasterneho rozvytku sfery turyzmu ta hostynnosti : monohr* [Regional directions of cluster development strategy in tourism and hospitality: Monograph]. Kyiv: FOP Huliaieva V. M. P. 270.
5. Gallagher, L. (2018). *Istoriia Airbnb: Yak troie zvychnykh khloptsiv pidirvaly hotelnu industriiu* [The Airbnb Story: How three ordinary guys disrupted an industry]. Kyiv: Book Chef. P. 384.
6. Svitlynets, O. V., Horishevskiy, P. A., & Shykina, O. V. (2024). Vplyv suchasnykh tekhnolohii na rozvytok hotelno-restorannoho biznesu: vid internet-broniuvannia do tsyfrovoho marketynhu [The impact of modern technologies on the development of the hotel and restaurant business: From online booking to digital marketing]. *International Scientific Journal "Internauka". Series: Economic Sciences, (6)*. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-6-9977>
7. Oliinyk, O., Dolynska, O., Polova, O., Shykina, O. and Sliusarchuk, O. (2024). Modern, Innovative Approaches to Managing the Quality and Competitiveness of Hospitality and Tourism Businesses. *Econ. Aff., 69 (Special Issue): 169–177*. URL: <http://surl.li/uoweb>
8. Shykina, O. V. (2024). Rol intehratsiinoi diialnosti v zabezpechenni rozvytku hotelnykh merezh [The role of integration activities in ensuring the development of hotel chains]. In *Globalization processes: Challenges and solutions* (Proceedings of the IX International Scientific and Practical Conference, Odesa, ISU, November 12, 2024) (pp. 170–172).