

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/191739>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономическая теория

Введение 2

1 Экономика совместного потребления как современная модель бизнеса 4

1.1 Понятие и сущность экономики совместного потребления 4

1.2 Виды и примеры экономики совместного потребления 5

2 Анализ деятельности предприятия экономики совместного потребления (на примере ООО «Яндекс.Драйв») 10

2.1 Основные характеристики компании ООО «Яндекс.Драйв», сферы ее деятельности и состояния целевого рынка каршеринга 10

2.2 Анализ организации работы 20

Заключение 32

Библиографический список 34

ВВЕДЕНИЕ

Новое понятие «экономика совместного потребления» (sharing-economy) приобретает все большую популярность в экономической среде. Актуальность обусловлена в первую очередь сменой экономической парадигмы в целом, а также неизбежными трансформациями социальных процессов. Экономика совместного потребления — экономическая модель, основанная на коллективном использовании товаров и услуг, обмене и аренде вместо владения. В настоящее время общество переходит от сверхпотребления к модели совместного потребления. Более того, совместное потребление становится основой бизнес-идей. В связи с этим представляется актуальным выявить такие особенности экономики совместного потребления в деятельности российских предприятий.

Цель работы - выявить специфику организации и ведения бизнеса в экономике совместного потребления.

Задачи исследования:

- рассмотреть понятие и сущность экономики совместного потребления,
- выявить особенности и виды экономики совместного потребления,
- изучить деятельность предприятия, использующего формат экономики совместного потребления,
- определить недостатки и перспективы деятельности предприятия.

Предмет исследования – экономика совместного потребления.

Объект исследования – ООО «Яндекс.Драйв».

Для достижения поставленной цели используются такие методы исследования как анализа и синтеза, дедукции и индукции, сравнительный и исторический анализ, анализ отраслевых отчетов и научной литературы.

При написании работы использовались следующие интернет-ресурсы: корпоративный сайт <https://yandex-drive.ru>, электронный журнал «Менеджмент, маркетинг, креатив, реклама, промо, PR» <http://advertme.ru>;, Электронный журнал «Бренд-менеджмент» <http://grebennikon.ru/journal-7.html>, сайт "Энциклопедия маркетинга" www.marketing.spb.ru.

Структура работы обусловлена ее сложностью и представлена двумя главами и четырьмя параграфами, заключением и списком источников.

Нормативные правовые акты

1. О внесении изменений в постановление Правительства Москвы от 15 февраля 2011 г. № 32-ПП, от 17 мая 2013 г. [утв. Правительством Москвы 19.08.2015.] № 289-ПП, № 523-ПП — 36 с.

Научные монографии, статьи, интернет-источники

2. Бенц, Д. С. Мировой опыт развития цифровой экономики. Перспективы перехода в России / Д. С. Бенц, С. В. Лушников, В. И. Бархатов // Друкеров. вестн. — 2018. — № 2 (22). — С. 19—26.

3. Как рынок каршеринга в Москве оказался самым быстрорастущим // https://www.rbc.ru/technology_and_media/27/09/2018/5bab94a69a79474169e307c1

4. Лымарь Е.Н. Экономика совместного потребления в современной России // Вестник ЧелГУ. 2018. №12 (422). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-sovmestnogo-potrebleniya-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 07.06.2021).
5. Мясникова, Л. А. Сетевые технологии и психология шеринга / Л. А. Мясникова // Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития. Пятнадцатая международная научно-практическая юбилейная конференция : материалы конф. / под науч. ред. А. Е. Карлика, Э. Х. Локшиной. — СПб., 2015. — С. 240—244.
6. Олсон, М. Логика коллективных действий: общественные товары и теория групп / М. Олсон. — М. : ФЭИ, 1995.
7. Орлова, Г. А. Развитие «долевой» экономики / Г. А. Орлова, А. Н. Зеленюк // Рос. внешнеэкон. вестн. — 2016. — № 8. — С. 3—12.
8. Официальный сайт «Яндекс.Драйв» // <https://yandex.ru/drive/>
9. Полиит-Заниздра Т.А. Послы бренда – новое звено между бизнесом и потребителем // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 12. Ч. 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/12/39943> (дата обращения: 11.01.2018).
10. Подгайская, А. Экономика совместного потребления: зарубежный и отечественный опыт / А. Подгайская // Общество и экономика. — 2017. — № 2.
11. Полтерович, В. М. Позитивное сотрудничество: факторы и механизмы эволюции / В. М. Полтерович // Вопр. экономики. — 2016. — № 11. — С. 5—23.
12. Сколько человек живёт в Москве на 2019 год? Официальное население на 2019 год в пригороде // <http://ladystory.ru/?p=64695>
13. Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology // Information Systems Research. — 2015. — No. 13. — P. 334—359.
14. Eckhardt, G. M. Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy / G. M Eckhardt, F. Bardhi // Organization & Environment. — 2015, p.23
15. Heinrichs, H. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption / H. Heinrichs // SSRN Electronic J. — 2013. — 1-19.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/191739>