

DOI: 10.12731/2070-7568-2021-10-2-41-69**УДК 379.8****ТУРИЗМ И ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЖИЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ AIRBNB*****Сарафанова А.Г., Сарафанов А.А.***

В этой статье рассказывается об экономике совместного проживания на примере Airbnb, компании, веб-сайт которой разрешает обычным людям сдавать свои дома в аренду в качестве жилья для туристов. Представлен обзор феномена совместного использования – явления, явившегося следствием мирового финансового кризиса, начавшегося в конце 2000-х гг. Изучены antecedенты и последствия краткосрочной аренды жилья через Airbnb. Рост спроса на данный сектор рассматривается через призму теории подрывных инноваций, которая описывает, как продукты, которые традиционно не востребованы, но предлагающие альтернативные преимущества, могут со временем преобразовать рынок и привлечь основных потребителей. Это привлечение клиентов обычно дополняется воздействием средств массовой информации и тем фактом, что существующие лидеры рынка не могут игнорировать присутствие инновационных бизнес-моделей, что означает подрыв старых бизнес проектов. Цифровые инновации меняют технологический ландшафт, предпринимательскую практику, а также поведение, отношение и убеждения потребителей во всем мире. Экономика совместного использования предлагает новый подход к разработке и предоставлению продуктов и услуг, который направлен на предотвращение потерь ресурсов, повышение эффективности и поддержку изменений. Так же в исследовании анализируется влияние коронавирусной инфекции на сектор совместного проживания.

Ключевые слова: экономика совместного использования; Airbnb; аренда жилья; туризм; COVID-19

TOURISM AND THE ECONOMY OF HOUSING SHARING ON THE EXAMPLE OF AIRBNB

Sarafanova A.G., Sarafanov A.A.

This article explores the sharing economy with Airbnb, a company whose website allows ordinary people to rent out their homes as tourist accommodation. The article provides an overview of the phenomenon of sharing – a phenomenon that was a consequence of the global financial crisis that began in the late 2000s. Explored the antecedents and implications of short-term rental housing through Airbnb. The growth in demand for this sector is viewed through the lens of disruptive innovation theory, which describes how products that are traditionally not in demand but offer alternative benefits can transform the market over time and attract mainstream consumers. Digital innovation is changing the technological landscape, entrepreneurial practices, and consumer behavior; attitudes and beliefs around the world. The sharing economy offers a new approach to developing and delivering products and services that aims to prevent waste of resources, increase efficiency, and support change. The study also analyzes the impact of coronavirus infection on the cohabitation sector.

Keywords: *Sharing economy; Airbnb; rental housing; tourism; COVID-19*

Введение

Есть несколько фундаментальных экономических принципов, связанных с приходом экономики совместного использования. Х.Р. Вриан Х.Р.(2000) сделал наблюдение, которое предвещало ожидаемое появление экономики совместного использования во всем мире в 2000-е гг. Он писал, что информационные товары, такие как книги, журналы, компьютерное программное обеспечение и видеокассеты часто берут напрокат или делятся друг с другом. Существует несколько социальных организаций, таких как библиотеки, видеомагазины и магазины подержанных книг. Казалось бы,

что существование институтов, способствующих совместному использованию, плохо для первоначальных производителей товаров, однако в реальности это не так очевидно. Наличие библиотеки может снизить спрос на покупки книг, потому как читатели получают выгоду от покупки книги библиотекой, при этом цена книги для библиотеки, как правило, превышает цену, которую будут платить потребители [23].

Экономика совместного потребления возникла в результате конвергенции различных технологических, экономических, социальных и экологических факторов. Это экономическая система, в которой люди совместно через Интернет используют услуги и активы бесплатно или за плату. Число пользователей шеринг сервисов увеличивается ежегодно на 25%. Развитие подобных платформ является критически важным для экономики страны, поскольку они подчиняются закону Парето [4].

В последние несколько десятилетий, революция в области информационных технологий, распространение смартфонов и социальных сетей оказали огромное влияние на шеринговую экономику. Технологические инновации значительно облегчили аренду дома/квартиры для проживания. Интернет-технологии привели к снижению издержек, удешевлению стоимости пользования шеринговыми сервисами, а также повысили их доступность для более широких слоев населения [12]. Хотя для Российской Федерации, по мнению В.А. Ребязиной., С.М. Березки, Н.Г. Антоновой, модель совместного потребления с использованием сервиса Airbnb является новой, в связи с чем на рынке отсутствуют стандарты качества и функциональности подобных сервисов [11].

В гостиничном и туристском бизнесе стремление путешественников к новизне в рамках проживания является ключевой концепцией, которая ведет к новаторству в предложениях по аренде. Экономика совместного использования позволила путешественникам организовать свои поездки по-новому. Они могут забронировать номер через Airbnb, путешествовать на автомобиле, арендованном на Uber, есть еду, приготовленную местными жителями, с помощью

EatWith, перемещаться по городу на общем велосипеде и наслаждаться местными трассами с Vayable за более низкую цену [47].

Цель исследования

Развитие экономики совместного потребления и ее возрастающая роль в жизни обществе обуславливают актуальность данной статьи. Деструктивное влияние Airbnb на туристские направления хорошо известно, но систематические исследования по-прежнему отсутствуют. В этом исследовании делается попытка изучить это влияние на принимающие сообщества с точки зрения заинтересованных сторон туристских направлений. Таким образом, цель статьи изучить мотивацию туристов и влияние рынка совместного проживания на туристскую индустрию, в том числе на гостиничный сектор.

Методы исследования

Авторами проведен контент-анализ онлайн платформы Airbnb, как платформы однорангового хостинга, которая стала одним из наиболее успешных примеров в экономике совместного использования жилья. Airbnb – это парадигма экономики совместного потребления, поэтому объект исследования данной статьи сосредоточен на нем. Airbnb в настоящее время заменяет отели, а вопрос о замещении имеет очевидные последствия не только для отелей, но и для направлений в целом. В рамках исследования проанализированы проблемы и перспективы развития экономики совместного потребления, а также обнаружены сдерживающие и стимулирующие факторы, с которыми сталкиваются потребители. Кроме того, авторы анализируют влияние COVID-19 на сектор совместного проживания и намечают потенциальные возможности для его восстановления.

Теоретико-методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, касающиеся использования цифровых платформ и долевого экономики. Метод исследования – анализ экономики совместного потребления, в рамках платформы Airbnb, влияющей на направление развития туристской индустрии.

Результаты исследования

Что касается интереса пользователей к доступу и использованию цифровых технологий, систем и приложений, цифровизация изменила то, как путешественники общаются и взаимодействуют со своим окружением. Иногда беспрецедентные ситуации, такие как COVID-19, также могут ускорить и изменить выбор производителей и потребителей в отношении удаленных и онлайн услуг. В результате многие отрасли ускорили и включили цифровые инновации в качестве неотъемлемой части своих деловых и маркетинговых стратегий.

В этой статье мы определяем совместное проживание как коммерческую одноранговую краткосрочную аренду жилья. Компании по совместному использованию жилья, в том числе Airbnb, CouchSurfing, LoveHomeSwap, Wimdu и HomeAway, стали так же знакомы путешественникам, как и традиционные гостиницы, такие как Marriott International, Hilton Worldwide и Holiday Inn. Согласно отчету Группы Всемирного банка, в 2018 году сектор совместного использования жилья составлял 7% мирового жилья примерно с 8 млн койками. В 2018 году Россия занимала 105 место в мире по развитию одноранговой экономики среди 213 исследуемых стран согласно индексу Timbro Sharing Economy [40].

Это жизнеспособная альтернатива традиционному жилью, где потребители могут удовлетворить потребности, которые не всегда удавалось удовлетворить отелям, например, бытовые удобства и дополнительное пространство, взаимодействие хозяина и гостя, новизна [18]. Фактически, совместное проживание в квартире приобрело такую популярность, что в настоящее время является одним из самых популярных вариантов жилья для многих потребителей.

Рост и распространение совместного использования дома через цифровые платформы, такие как Airbnb и HomeAway, очевиден по причине экономического эффекта от этих и подобных веб-сайтов. Несмотря на различия между разными экономиками совместного потребления и их бизнес-моделями, все они имеют четыре общие черты. Во-первых, они виртуально связывают поставщиков и по-

требителей, облегчая транзакции. Во-вторых, они делают упор на одноранговые транзакции, в которых и поставщики, и потребители являются обычными гражданами, а не предприятиями. В-третьих, совместные предприятия полагаются на ресурсы, принадлежащие физическим лицам. В-четвертых, доступ – это основная логика транзакции [27]. Сочетание этих четырех характеристик представляет собой сущность инноваций в экономике совместного использования.

В.А. Молчанова (2018) пишет о том, что новая бизнес-модель представляет собой долевою экономику, так как она включает целый экономический цикл (производство, обмен, распределение и потребление). В коммерческом варианте происходит обмен услуг проживания на деньги, а доход делится между владельцем жилья и сайтом-агрегатором [7].

Л.Х. Иштирякова (2017) разделяет понятия «долевая экономика» и «экономика совместного потребления», говоря, о том, что экономика совместного потребления базируется на предоставлении доступа к собственности посредством сдачи, обмена и разделения [2]. Т.И. Ставцева (2018) описывает долевою экономику как трансформацию экономических отношений, когда задействуется потенциал неиспользуемых ресурсов [13].

А.И. Коваленко (2017) говорит о том, что «теория конкуренции многосторонних платформ моделирует несколько конкурентных диспозиций». Одна из самых важных – это «платформа - продукт», так как «когда производитель продукта принимает решение перейти на платформу и продавать через нее, конкурентное напряжение в диспозиции не прекращается, а только трансформируется». Изменение бизнес-модели от продуктовой к платформенной, может быть, как постепенным, так и внезапным. Если существует вероятность потери клиентов, то рекомендуется осуществить переход «через гибридную стратегию» с ориентацией на новую стоимостную политику [5, с. 92]. Благодаря развитию Интернет технологий и популярности смартфонов и компьютеров экономика совместного потребления была преобразована из исходной двусторонней транзакции в сегодняшнюю трехстороннюю транзакцию, когда люди

делятся мнениями и опытом друг с другом на платформе. При такой бизнес-модели платформа берет на себя роль посредника, выступая связующим звеном между потребителями и хозяевами, взимая плату за доступ к платформе.

Е.В. Попов, А.Ю. Веретенникова, А.А. Сафронова (2020) говорят о таких характеристиках долевой экономики, как мгновенные сделки (онлайн-покупки), минимальные трансакционные издержки, динамическое ценообразование и максимальная вовлеченностью граждан [9]. Е.В. Попов, К. Герцегова, К.А. Семячков трактуют долевую экономику как процесс взаимодействия между двумя сторонами, где одна сторона, обладающая ресурсами, не использует их, а другая – арендует их на определенный срок с целью удовлетворения потребностей [10]. А.В. Плотников (2019) в своей статье «Концепция двустороннего рынка и многосторонних платформ как элемента цифровой экономики» пишет, что платформенный бизнес всегда будет доминировать над традиционным [8]. В.Д. Маркова (2018) описывает платформенные компании как источник рыночной власти, стратегическую альтернативу бизнесу, новый источник конкуренции, коллаборации [6].

Совместное использование дома начало расширяться после запуска Airbnb в 2008 году. В контексте гостиничной сферы Airbnb характеризуется как подрывная инновация, с того момента как потребители стали заменять свой привычный вариант размещения на альтернативу Airbnb [3].

Исследование М. Олсон и С. Кемп (2015) показало, что стоимость совместного проживания в доме только в США, как ожидается, достигнет 107 млрд долларов США или 10% от общего числа бронирований жилья к 2025 году [36]. Рынок шеринговой экономики прогнозируется на уровне 40,2 млрд долларов к 2022 году по сравнению с 18,6 млрд долларов в 2017 году [38]. Рост доходов будет зависеть от дальнейшего развития потребительского спроса наряду с повышением доходов от существующего жилья. По мнению К.М. Кристенсена и М.Е. Рейнора Airbnb лучше всего рассматривать как «революционную инновацию» [22] благодаря

инновационной бизнес-модели компании на основе Интернета и ее уникальной привлекательности для туристов. Однако Э. Мюллер другого мнения, хотя Airbnb и вызвала изменения в поведении туристов в этой отрасли, эти изменения незначительны, чтобы называться разрушительной инновацией. Потребители стали пользоваться услугой аренды жилья вместо бронирования номера в отеле, но не в большинстве случаев [35].

В феврале 2019 года рыночная стоимость Airbnb была выше, чем рыночная стоимость Marriott, четвертая по величине сеть отелей в мире [39]. Одна из самых известных платформ совместного потребления Airbnb, была оценена примерно в 47 млрд долларов в 2020 году [16]. Airbnb предлагает множество вариантов размещения, начиная от общих комнат, апартаментов и вилл до уникальных предложений таких как лодки и домики на деревьях. Выручка Airbnb в 2020 году составила 3,4 млрд долларов, что на 30% меньше в годовом исчислении из-за пандемии коронавируса. В 2020 году на Airbnb было совершено 193 млн бронирований, что на 41% меньше, чем 272 млн в 2019 году [24].

Поскольку все больше и больше местных жителей приветствуют туристов в своих домах, важно понимать какие факторы и услуги приводят к удовлетворенности клиентов этим типом проживания. Исследование пользователей Airbnb показало, что спрос на совместное проживание в доме/квартире во многом определяется экономическими соображениями, а именно: экономия затрат по сравнению с традиционными отелями [41]. Точно так же потребителей привлекают жилье Airbnb и аналогичные варианты жилья, учитывая их практическую привлекательность. Другие научные исследования также анализировали привлекательность совместного проживания в доме с точки зрения экономики совместного использования, подчеркивая его фундаментальную идеологию, охватывающую сообщество, устойчивость и непосредственный доход местных жителей [44].

Формат Airbnb как онлайн рынка также рассматривался через призму революционных нововведений [13]. Airbnb описывается, как новый прорывной продукт, уступая по основным традиционным ха-

рактикам жилья, но дешевле, чем отели и предлагая другие преимущества. Экологичность – одно из изначальных намерений людей, участвующих в экономике совместного потребления, что является одной из причин, почему многие страны и правительства поддерживают шеринговую экономику. Кроме того, отличительной чертой платформы является саморегулирование качества предоставляемых услуг.

В дополнение к вышеупомянутым мотивам, И.П. Туссядия и Дж. Песонен (2018) выявили несколько препятствий для использования Airbnb, таких как доверие и эффективность [42]. Этот вывод согласуется с работой М. Мюльман (2015), который обнаружил, что доверие значительно влияет на удовлетворенность поездкой [34]. Под эффективностью понимается поведение туриста, обладающего достаточными знаниями о том, как работает онлайн-платформа, что неудивительно, учитывая, что 53% опрошенных взрослых американцев никогда не слышали о совместном проживании в доме [19]. Кроме того, для Airbnb свойственны ограниченная доступность жилья для долгосрочной аренды, так как краткосрочная аренда более выгодна, недобросовестная конкуренция с гостиничным бизнесом, неудобства для соседей и нарушение местной социальной сплоченности [29].

Опыт гостя зависит от двух основных элементов: (1) характеристик продукта, которые в случае Airbnb определяются типом жилого помещения, его размером, количеством комнат, местоположением и т. д. и (2) характеристик владельца, такие как отзывчивость, гостеприимство и справедливость. На рисунке 1 представлена концептуальная структура, исходя из которой видно, что гость основывает свои решения о покупке на основе атрибутов как продукта, так и владельца. Характеристики владельца состоят из его репутации, оценок онлайн-обзоров, а также достоверности на основе визуальных данных и привлекательности, судя по его личному фото.

Идея совместного использования существующего пространства дома отражает суть совместного потребления, в котором люди участвуют в совместной деятельности посредством аренды, кредитования, торговли и бартера на товары, услуги, транспорт, пространство или деньги. Эта трансформация гостиничного бизнеса опирается на дости-

жения в области информационных и коммуникационных технологий. Конструктивно, технологии представили онлайн функции, которые позволяют Airbnb привлечь трафик на сайт. Кроме того, платформа Airbnb предоставляет хозяевам (владельцам) ресурсы, аналогичные корпоративным, позволяя им связаться с потенциальными гостями, продемонстрировать свое жилье, забронировать места и принять платежи. Конкуренция среди владельцев привела к принятию профессиональных стандартов гостеприимства. Платформа запустила значки «суперхозяин» и «супергость», которые напоминают схемы лояльности отелей и вознаграждения (т.е. скидки) для постоянных пользователей. Еще одним недавним дополнением к платформе стал Airbnb Plus, который относится к элитной недвижимости, у которой есть «исключительные владельцы», и «Airbnb Luxe», которая включает роскошную недвижимость с услугами специального консьержа [26].

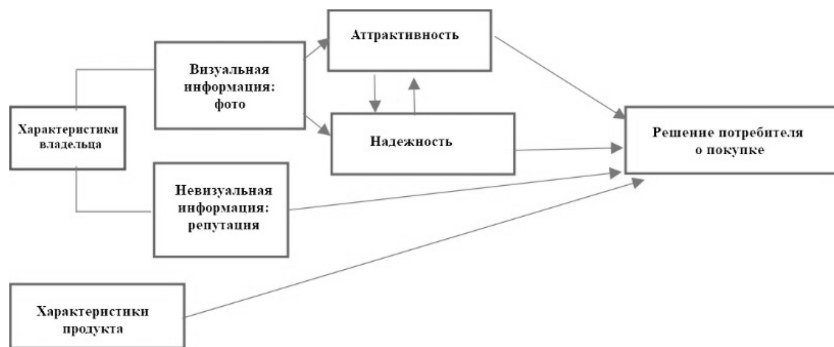


Рис. 1. Концептуальная основа Airbnb при выборе средства размещения потребителем
Источник: Составлено авторами по данным [45]

Многонаправленность и масштабность Airbnb свидетельствуют об успехе модели краткосрочной аренды жилья, построенной на принципах шеринговой экономики. При этом, бурное развитие экономики совместного потребления связано с угрозой разрушения традиционных бизнес-моделей (гостиничный сектор), увеличением количества самозанятых, вероятностью нелегального использования личной информации, доступной на сайтах. Проблемы с налого-

обложением, государственным регулированием, недобросовестной конкуренцией, низким уровнем дохода населения, учетом потока потребителей, что важно для измерения турпотока, безопасностью и защитой туристов. Помимо очевидных вопросов налогообложения и безопасности, существует главный драйвер негативного воздействия: коммерческие организации, перепрофилирующие жилую недвижимость в варианты размещения для туристов.

Некоторые страны ввели ограничения на краткосрочную аренду жилья:

- Амстердам: аренда всего дома ограничена 60 днями в году.
- Барселона: краткосрочная аренда должна быть лицензирована.
- Лондон: краткосрочная аренда целых домов до 90 дней в году.
- Нью-Йорк: незаконно сдавать квартиры на 30 дней подряд или меньше, если хозяин не присутствует.
- Париж: краткосрочная аренда до 120 дней в году [30].

Наряду с важностью понимания туристского спроса на Airbnb, не менее важно очертить различные эффекты Airbnb на индустрию гостеприимства и туризма, учитывая их взаимосвязь. Одно из самых спорных влияний – как и в какой степени Airbnb конкурирует с традиционными отелями. Если при сдаче жилья внаем компании-агрегаторы зачастую демпингуют цены, то обычные отели не могут устанавливать цены ниже, чем себестоимость услуги. Это мультинациональная корпорация, которая намного мощнее местного туристского бизнеса [7]. Д. Гуттентаг и С. Смит (2017) писали о том, что почти две трети опрошенных туристов использовали Airbnb в качестве замены отелю [31]. Напротив, Д. Койл и Т. Ен (2016) показали, что доход от отелей увеличился в соответствии с ростом использования Airbnb в четырнадцать городах Европы [43]. Г. Зервас, Д. Прозерпио, Дж. Байерс (2017) обнаружили, что выход на рынок Airbnb привел к значительному снижению стоимости номеров в отелях в некоторых городах, особенно во время особых мероприятий, например, музыкальных фестивалей, спортивных игр и конференций [46]. В Европе Airbnb на 8–17% дешевле, чем средние расценки в региональных отелях. На некоторых рынках США размещение через Airbnb также дешевле (на 6–17%), чем

в отелях. Гостиничная индустрия ежегодно теряет около 450 млн долларов прямых доходов из-за Airbnb [17]. Однако совместная аренда, такая как Airbnb, оказывает значительное положительное влияние не только за счет изменения конкурентных сценариев в гостиничной индустрии, но и за счет трансформации туризма. Airbnb оказался самым конкурентоспособным сектором среди отелей средней и низкой звездности. Эти эффекты могут продолжить расширяться по мере того, как Airbnb стремится ориентироваться и на деловых путешественников. Хотя индустрия туризма в целом выигрывает за счет новых рабочих мест, созданных растущим числом туристов. Тенденция увеличения части рынка долевой экономики продолжает расти.

Увеличение количества номеров с помощью подобной формы экономического размещения способствует и увеличению посещаемости, что оказывает положительное влияние на экономику туризма в целом. Кроме того, поскольку объявления о сдаче жилья на Airbnb территориально более разбросаны, чем расположение отелей, гости Airbnb с большей вероятностью будут оставлять свои деньги в районах, которые обычно не получают больших доходов от туристской сферы. В связи со спросом в высокий сезон может не хватить гостиничных номеров, что ограничит потенциальные выгоды от туризма, а жилье Airbnb может компенсировать нехватку.

Влияние Airbnb выходит за рамки индустрии гостеприимства и туризма, в первую очередь это рынок местного жилья. Он повышает стоимость жизни для местных арендаторов, поскольку арендодатели перестают снабжать рынок долгосрочным жильем для обеспечения краткосрочного проживания. Совместное проживание на дому не добавляет удобств, но способствует более широкому использованию существующих местных удобств. Например, жители Сиднея выразили общее недовольство новыми арендаторами, занимающими жилые помещения еженедельно, в то время как владельцы из многоквартирных домов имели более конкретные жалобы, например, на проблемы с вывозом мусора и парковкой [20]. Точно так же жители в Барселоне жаловались на неуправляемое поведение туристов, например, на пьянство и громкие вечеринки, которые продолжаются до раннего утра.

Предыдущий опыт путешествий – еще один предшественник спроса краткосрочной аренды жилья. Исследования показали, что люди, которые уже использовали совместное проживание, скорее всего, продолжат его использовать в будущем. К.Э. Чоу, Дж.А. Гарретсон, Д.Л. Курц (1995) обнаружили, что предыдущий опыт является одним из наиболее фундаментальных факторов при последующем выборе отеля [21]. Кроме того, удовлетворенность клиентов – центральная концепция маркетинга и управления услугами. Предоставление клиентам услуг, которые приводят к их удовлетворению, признано решающим фактором успеха и источником конкурентоспособного преимущества для различных предприятий сферы услуг, включая гостиничный бизнес.

Выбор совместного размещения по сравнению с традиционными отелями предположительно определяется личными социально-демографическими характеристиками, такими как пол, возраст, этническое происхождение и уровень образования. Туристы по-разному обращают внимание на разные атрибуты, отражающие основную философию исследований типологий туристского спроса и спроса на жилье. Ведь типы товаров и услуг, которые ищут люди, развиваются с возрастом и проходят через различные стадии жизни. Например, охрана, персональные услуги и низкие цены в отелях – более важны для деловых путешественников-женщин, чем для их коллег-мужчин [33]. В основном цена определяется как главный мотивирующий фактор при выборе подобного типа размещения. При этом выгоды, вытекающие из потребностей, которые ранее были непривычными или недооцененными в традиционных гостиничных условиях, удовлетворяются за счет совместного проживания в доме.

Шеринговая экономика сильно пострадала из-за пандемии, платформы столкнулись с кризисом из-за отсутствия стратегической реакции на потребности пользователей. Неудивительно, что при сокращении доходов на 50%, 2020 г. назван худшим годом для индустрии гостеприимства с точки зрения заполняемости со времен Великой депрессии 1929-1939 гг. [32]. Тем не менее гостиничные компании адаптировались под воздействие COVID-19: использова-

ние роботов для уничтожения микробов, отмена завтрака «шведский стол», 24-часовой перерыв между регистрацией отъезда и временем регистрации, выдача сертификата «чистый и безопасный» [37]. Сектор совместного размещения попытался последовать их примеру, установка дополнительного протокола очистки для собственности, перерыв между бронированиями 3 дня, отмена встречи гостя (ключ хранится в специальном месте), а также использование специальных чистящих средств для устранения возможных случаев передачи коронавирусной инфекции. Многие местные правительства сочли подобное размещение несущественным бизнесом, не предоставив им финансовой поддержки. Airbnb был вынужден уволить 25% своих сотрудников. По данным Statista (2020), краткосрочное количество бронирований аренды на платформе Airbnb постоянно снижалось в результате COVID-19: первый квартал 2020 года по сравнению с 2019 годом – 57%, затем – 95% [25].

В условиях пандемии особенно сильно упал спрос на аренду отдельных комнат, при которой подразумевается ежедневный контакт владельца и гостя в общих пространствах. Доля частных домов на рынке, напротив, выросла (рис. 2).

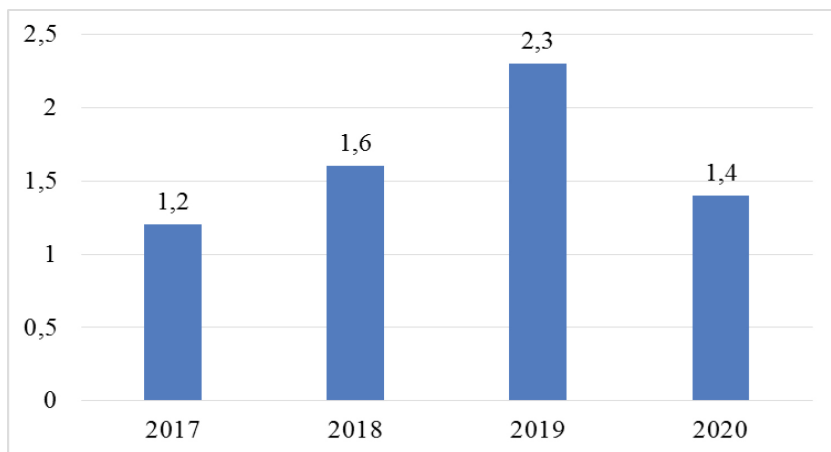


Рис. 2. Динамика количества гостей, берущих в аренду жилые помещения, млн, 2017–2020 гг.

Источник: Составлено авторами по данным [15]

Пребывание поближе к дому, вероятно, станет более привлекательной альтернативой для путешествий, особенно если путешественники могут избежать отдыха в городских районах с высоким уровнем загруженности. Для совместного проживания – это сдвиг в спросе от глобальных направлений к местным, внутренним путешествиям. Поэтому неудивительно, что Airbnb уже запустил кампанию «Стань ближе», предназначенную для поощрения местных путешествий. Таким образом, в обозримом будущем местное, сельское и доступное проживание на более длительный период времени может заменить короткие рабочие или развлекательные поездки в крупные мегаполисы или выходные поездки в известные направления [28].

Владельцы жилья Airbnb, заинтересованные в общении, открыли свои дома для бесплатного проживания медицинских работников. Участники других секторов экономики совместного потребления предлагали бесплатные поездки, автомобили, услуги питания или услуги по подбору персонала, чтобы помочь сообществам в период коронавирусной инфекции COVID-19.

Основные преимущества размещения сектора совместного использования, которые изначально привели к его росту, стали его слабым звеном во время пандемии. При этом ожидаемый спрос на совместное размещение после пандемии будет расти, поскольку такой вид проживания более изолирован, чем отели. Таким образом, платформам совместного потребления необходимо продвигать соответствующие преимущества аренды жилья по сравнению с традиционными условиями проживания, в то же время гарантируя, что хосты будут придерживаться требуемых стандартов здоровья и безопасности.

До кризиса COVID-19 не только потребители, поставщики и платформы, но и целые сообщества, города стали зависеть от доходов, полученных от путешественников. Быстрое восстановление туристского сектора будет иметь важное значение для возобновления и восстановления коммерческой деятельности, такие как рестораны, бары и магазины во многих местных экосистемах. В то же время некоторые популярные туристские достопримечательности пострадали от

чрезмерного туризма перед пандемией, вызванного, по крайней мере, частично наличием краткосрочного жилья. Города, включая Венецию, Барселону, Амстердам и Париж смогли передохнуть от перенаселенности во время карантина. Таким образом, вспышка COVID-19 может послужить катализатором для достижения столь необходимого баланса и устойчивости. Это уникальная возможность для регулирующих органов и местных властей внедрить передовые методы, правила и нормы, уравнивая противоречия между экономической выгодой и давлением на устойчивость со стороны сверхтуризма в некоторых направлениях, в то же время поощряя обмен товарами в других местах. Airbnb представляет собой инновационный продукт размещения, который изменил восприятие гостеприимства в гостиничном бизнесе. Совместная аренда жилья – это жизнеспособный вариант размещения для повышения ценности дестинации, что возможно поможет отдельным направлениям выявить скрытый спрос.

Кроме того, развитие платформенных моделей бизнеса должно стать приоритетным направлением формирования и развития цифрового пространства Евразийского экономического союза в перспективе до 2025 г. [1]. Шеринговая экономика может снизить воздействие на окружающую среду за счет использования недоиспользуемых ресурсов, помогая таким образом смягчить все более серьезные экологические проблемы. В ситуации безработицы и экономического спада подобные сервисы могут помочь смягчить негативные последствия рецессии, предоставив населению возможность получения дополнительного дохода [14].

В настоящее время экономика совместного потребления расширяется, помимо совместного использования автомобилей и жилья, добавлены обмен велосипедами, зонтиками. Основная особенность экономики совместного использования – это включение рыночных платформ, созданных третьими сторонами на основе информационных технологий. Третья сторона может быть коммерческой организацией или правительством. В будущем мы можем увидеть аренду квартир под брендом, а также использование Airbnb как дополнительного канала продаж.

Заключение

Шеринговая экономика набирает обороты на рынке гостеприимства, а совместное размещение становится все более актуальным вариантом для путешественников, так как это максимизация полезности, которая влечет за собой получение интересного опыта, экономию на расходах и наслаждение качественными удобствами. Airbnb рассмотрен через призму теории подрывных инноваций, которая описывает, как продукты, которые не имеют традиционно благоприятных атрибутов, но предлагают альтернативные преимущества, могут со временем преобразовать рынок и завлечь основных потребителей. Концепции подрывных инноваций используются для рассмотрения новой бизнес-модели Airbnb, основанной на современных интернет-технологиях, и особой привлекательности Airbnb, которая сосредоточена на экономии средств, удобствах внутри дома и потенциале более аутентичного местного опыта. Рассмотрен потенциал Airbnb по воздействию на традиционный сектор размещения, а также положительное и отрицательное влияние Airbnb на направления. Выявлены факторы, влияющие на выбор жилья шеринговой экономики, где ценообразование является одним из наиболее важных факторов, определяющих долгосрочный успех индустрии размещения. Стремление к социальному взаимодействию тоже стоит рассматривать как двигатель роста этого явления. Наличие выделенных в статье проблем обуславливает необходимость разработки мер регулирования шеринговой экономики.

В соответствии с ограниченностью рынка жилья, развитие рынка краткосрочной аренды приводит к изменению стоимости собственности, а также стоимости и качества жизни, что в конечном итоге приводит к перемещению местного населения. Основным феномен неформальной аренды жилья существовал веками, но Интернет и мобильные технологии произвели революцию в этой практике, позволив Airbnb резко масштабироваться за счет облегчения взаимодействия и наличия виртуального рынка. Рост Airbnb и других одноранговых сетей по аренде в рамках экономики совместного использования представляет собой преобразующую инновацию в

индустрии размещения туристов. Традиционные гостиничные сети стали все чаще рассматривать Airbnb как значительную угрозу заполняемости отеля. Можно сказать, что сектор гостиничного бизнеса созрел для экспериментальной перестройки, поскольку он стал характеризоваться высокой степенью коммодификации.

Продвижение более устойчивых многообещающих форм совместного использования становится важным в эпоху COVID-19, климатического кризиса, экономического спада и потери социальной связанности. Однако сильные стороны сектора совместного проживания, объясняющие его впечатляющий рост за последние десять лет, стали его слабостью во время пандемии.

Несмотря на очевидные проблемы предстоящего времени, сектор краткосрочного совместного проживания имеет уникальную возможность перенастроить свою деятельность на более сбалансированный и устойчивый уровень.

Информация о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Список литературы

1. Головина Т.А., Полянин А.В., Авдеева И.Л. Развитие цифровых платформ как фактор конкурентоспособности современных экономических систем // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2019. № 14 (4). С. 551-564.
2. Иштирякова Л.Х. Экономика совместного потребления: понятие // Научные труды центра перспективных экономических исследований. 2017. № 13. С. 45-49.
3. Кацони В., Шерешева М.Ю. Экономика совместного потребления в индустрии гостеприимства и туризма // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2019. № 1. С. 71-89.
4. Климова Т.Б., Богомазова И.В., Аноприева Е.В. Шеринг-экономика в индустрии туризма и гостеприимства: новые тренды и тенденции // Научные ведомости. Серия. Экономика. Информатика. 2019. № 46 (2). С. 238-247.

5. Коваленко А.И. Формирующая стратегия и конкурентные диспозиции многосторонних платформ // Современная конкуренция. 2017. № 11 (3). С. 89-117.
6. Маркова В.Д. Бизнес-модели компаний на базе платформ // Вопросы экономики. 2018. № 10. С. 127-135.
7. Молчанова В.А. Долевая экономика на региональных рынках туризма: в чем секрет успеха компаний AirBnB и Uber? // Региональная экономика: теория и практика. 2018. № 16 (2). С. 379-374.
8. Плотников А.В. Концепция двустороннего рынка и многосторонних платформ как элемента цифровой экономики // Московский экономический журнал. 2019. № 7.
9. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Сафронова А.А. Развитие долевой экономики как направления трансформации экономических отношений в социальной сфере // Общество и экономика. 2020. № 4. С. 25-37.
10. Попов Е.В., Герцегова К., Семячков К.А. Инновации в институциональном моделировании долевой экономики // Journal of Institutional Studies. 2018. № 10 (2). С. 26-43.
11. Ребязина В.А., Березка С.М., Антонова Н.Г. Отношение потребителей к экономике совместного потребления в России // Российский журнал менеджмента. 2020. № 18 (2). С. 255-278.
12. Ревенко Н.С. Новые контуры цифровизации за рубежом и в России: экономика совместного потребления // Экономика. Налоги. Право. 2018. № 11 (2). С. 103–110.
13. Ставцева Т.И. Феномен совместного потребления в цифровой экономике // Арригиевские чтения по теме: «формирование новой парадигмы экономического мышления XXI века». Сборник трудов конференции. 2018. С. 273-278.
14. Трофимов Е.А., Трофимова Т.И. К вопросу о дискриминации на российском рынке труда // Известия Байкальского государственного университета. 2018. № 3. С. 419-425. DOI: [https://www.doi.org/10.17150/2500-2759.2018.28\(3\).419-425](https://www.doi.org/10.17150/2500-2759.2018.28(3).419-425)
15. Экономика совместного потребления в России 2020 // РАЭК TiarCenter. 2021, URL: https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2021/02/TIARRAEC_Sharing-Economy-2020.pdf (дата обращения 04.05.2021)

16. Airbnb Prices IPO at \$68 a Share, Higher Than Expected Range // The Wall Street Journal. 2021, URL: https://www.wsj.com/articles/airbnb-expected-to-price-ipo-above-56-to-60-a-share-range-11607527468?mod=hp_lead_pos4 (дата обращения 11.05.2021)
17. Airbnb Statistics // IPropertyManagement. 2021, URL: <https://ipropertymanagement.com/research/airbnb-statistics> (дата обращения 04.05.2021)
18. Bagnera, S.M., Stewart, E., Edition, S. Navigating hotel operations in times of COVID-19 // Boston Hospitality Review. School of Hospitality Administration. 2020, URL: <https://www.bu.edu/bhr/2020/03/25/navigating-hotel-operations-in-times-of-covid-19/> (дата обращения 31.03.2021)
19. Barnes, S.J., Kirshner, S.N. Understanding the impact of host facial characteristics on Airbnb pricing: Integrating facial image analytics into tourism research // *Tourism Management*, 2021, vol. 83, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104235>
20. Barron, K., Kung, E., Proserpio, D. The sharing economy and housing affordability: Evidence from Airbnb // The 2018 ACM Conference, 2018, DOI: <https://doi.org/10.1145/3219166.3219180>
21. Chow, K.E., Garretson, J.A., Kurtz, D.L. An exploratory study into the purchase decision process used by leisure travelers in hotel selection // *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 1995, vol. 2(4), pp. 53–72.
22. Christensen, C.M., Raynor, M.E. *The innovator's solution: Creating and sustaining successful growth*, Boston, MA: Harvard Business School Press, 2003.
23. Coyle, D., Yu-Cheong Yeung, T. Understanding Airbnb in fourteen European cities // The Jean-Jacques Laffont Digital Chair Working Papers. 2016, URL: https://www.tse-fr.eu/sites/default/files/TSE/documents/ChaireJL/PolicyPapers/2016_30_12_pp_understanding_airbnb_in_14_european_cities_coyle_yeung_v.3.1.pdf (дата обращения 17.03.2021);
24. Curry D. Airbnb Revenue and Usage Statistics // *Business of Apps*. 2021, URL: <https://www.businessofapps.com/data/airbnb-statistics/> <https://www.bu.edu/bhr/2020/03/25/navigating-hotel-operations-in-times-of-covid-19/> (дата обращения 11.05.2021)

25. Ert, E., Fleisher, A., Magen, N. Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb // *Tourism Management*, 2016, vol. 55, pp. 62-73. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.013>
26. Farmaki, A., Kaniadakis, A. Power dynamics in peer-to-peer accommodation: insights from Airbnb hosts // *International Journal of Hospitality Management*, 2020, vol. 89, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102571>
27. Frenken, K., Schor, J. Putting the sharing economy into perspective in book: *A research agenda for sustainable consumption governance*, 2019, pp.121-135, DOI: <https://doi.org/10.4337/9781788117814.00017>
28. Gerwe, O. The Covid-19 pandemic and the accommodation sharing sector: Effects and prospects for recovery // *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, vol. 167, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120733>
29. Guttentag, D. Progress on Airbnb: a literature review // *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 2019, vol. 10(4), pp. 814–844, DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTT-08-2018-0075>
30. Guttentag D. What Airbnb really does to a neighbourhood // *BBC news*. 2018, URL: <https://www.bbc.com/news/business-45083954> (дата обращения 01.05.2021)
31. Guttentag, D., Smith, S. Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations // *International Journal of Hospitality Management*, 2017, vol. 64, pp. 1–10, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.02.003>
32. Insights and Implications of Covid-19 Pandemic // *CBRE*. 2020. URL: <https://www.cbre.com/covid-19> (дата обращения 11.03.2021)
33. McCleary, K.W., Weaver, P.A. Are frequent-guest programs effective? // *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 1991, vol. 32(2), pp. 39–45.
34. Möhlmann, M. Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again // *Journal of Consumer Behaviour*, 2015, vol. 14(3), pp. 193–207, DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.1512>

35. Muller E. Delimiting disruption: Why Uber is disruptive, but Airbnb is not // *International Journal of Research in Marketing*, 2020, vol. 37(1), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.10.004>
36. Olson, M., Kemp, S. *Sharing economy—An in-depth look at its evolution & trajectories across industries*. Minneapolis: Piper Jaffray, Investment Research, 2015
37. Quinby, D. Share this! Private accommodation and the rise of the new gen renters // PhoCusWright. 2014. URL: <https://www.phocuswright.com/Travel-Research/Research-Updates/2014/Share-This-Private-Accommodation-the-Rise-of-the-New-Gen-Renter> (дата обращения 30.03.2021)
38. Smith, A. Shared, collaborative and on demand: The new digital economy // Pew Research Center. *Internet & Technology*. 2016, URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2016/05/19/the-new-digital-economy/> (дата обращения 14.03.2021)
39. The Sharing Economy as a Disruptor // *UrbanSharing*. 2019, URL: <http://www.urbansharing.org/new-blog/2019/2/19/the-sharing-economy-as-a-disruptor> (дата обращения 24.03.2021)
40. Timbro Sharing Economy Index // Timbro. 2018, URL: <https://timbro.se/ekonomi/timbro-sharing-economy-index/> (дата обращения 08.05.2021);
41. Tussyadiah, I.P. Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation // *International Journal of Hospitality Management*, 2016, vol. 55, pp. 70–80, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.005>
42. Tussyadiah, I.P., Pesonen, J. Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns // *Journal of Travel Research*, 2016, vol. 55(8), pp. 1022–1040, DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287515608505>
43. Varian, H.R. Buying, sharing and renting information goods // *Journal of Industrial Economics*, 2000, vol. 48 (4), pp. 473–488.
44. Yang, Y., Tan, K.P.-S., Li, X.R. Antecedents and consequences of home-sharing stays: Evidence from a nationwide household tourism survey // *Tourism Management*, 2019, vol. 70, pp. 15-28, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.004>
45. Year-over-year change in short-term rental reservations on Airbnb due to the coronavirus (COVID-19) pandemic worldwide in the first quarter of 2020, by week // Statista. 2020, URL: <https://www.statista.com/>

- statistics/1114065/airbnb-reservations-coronavirus/ (дата обращения 02.04.2021)
46. Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J.W. The rise of the sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry // *Journal of Marketing Research*, 2017, vol. 54(5), pp. 687–705, DOI: <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>
47. Zhou, B., Liu, T., Ryan, C., Wang, L., Zhang, D. The satisfaction of tourists using bicycle sharing: a structural equation model-the case of Hangzhou, China // *Journal of Sustainable Tourism*, 2020, vol. 28(7), pp. 1063-1082, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1720697>

References

1. Golovina T.A., Polyanin A.V., Avdeeva I.L. Razvitie tsifrovyykh platform kak faktor konkurentosposobnosti sovremennykh ekonomicheskikh sistem [Development of digital platforms as the competitiveness of modern economic systems]. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, 2019, №no. 14 (4), pp. 551-564.
2. Ishtiryakova L.Kh. Ekonomika sovместnogo potrebleniya: ponyatie [Sharing economy: concept]. *Nauchnye trudy tsentra perspektivnykh ekonomicheskikh issledovaniy*, 2017, №no. 13. pp. 45-49.
3. Katsoni V., Sheresheva M.Yu. Ekonomika sovместnogo potrebleniya v industrii gostepriimstva i turizma [Sharing economy in the hospitality and tourism industry]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika*, 2019, №no. 1, pp. 71-89.
4. Klimova T.B., Bogomazova I.V., Anoprieva E.V. Shering-ekonomika v industrii turizma i gostepriimstva: novye trendy i tendentsii [Schering economics in the tourism and hospitality industry: new trends and tendencies]. *Nauchnye vedomosti. Seriya. Ekonomika. Informatika*, 2019, №no. 46 (2), pp. 238-247.
5. Kovalenko A.I. Formiruyushchaya strategiya i konkurentnye dispozitsii mnogostoronnykh platform [Formative strategy and competitive dispositions of multilateral platforms]. *Sovremennaya konkurentsia*, 2017, №no. 11 (3), pp. 89-117.

6. Markova V.D. Biznes-modeli kompaniy na baze platform [Business models of companies based on platforms]. *Voprosy ekonomiki*, 2018, №no. 10, pp. 127-135.
7. Molchanova V.A. Dolevaya ekonomika na regional'nykh ryinkakh turizma: v chem sekret uspekha kompaniy AirBnB i Uber? [Shared Economy in Regional Travel Markets: What's the Secret to AirBnB and Uber's Success?]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika*, 2018, №no. 16 (2), pp. 379-374.
8. Plotnikov A.V. Kontseptsiya dvustoronnego rynka i mnogostoronnikh platform kak elementa tsifrovoy ekonomiki [The concept of a two-sided market and multilateral platforms as an element of the digital economy]. *Moskovskiy ekonomicheskii zhurnal*, 2019, №no. 7.
9. Popov E.V., Veretennikova A.Yu., Safronova A.A. Razvitie dolevoy ekonomiki kak napravleniya transformatsii ekonomicheskikh otnosheniy v sotsial'noy sfere [The development of a shared economy as a direction for transforming economic relations in the social sphere]. *Obshchestvo i ekonomika*, 2020, №no. 4, pp. 25-37.
10. Popov E.V., Gertsegova K., Semyachkov K.A. Innovatsii v institutsional'nom modelirovanii dolevoy ekonomiki [Innovations in Institutional Modeling of the Shared Economy]. *Journal of Institutional Studies*, 2018, №no. 10 (2), pp. 26-43.
11. Rebyazina V.A., Berezka PPS.M., Antonova N.G. Otnoshenie potrebitel'ey k ekonomike sovmestnogo potrebleniya v Rossii [Consumer attitudes towards the sharing economy in Russia]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*, 2020, № 18 (2), pp. 255-278.
12. Revenko N.S. Novye kontury tsifrovizatsii za rubezhom i v Rossii: ekonomika sovmestnogo potrebleniya [New contours of digitalization abroad and in Russia: the sharing economy]. *Ekonomika. Nalogi. Pravo*, 2018, №no. 11 (2), pp. 103-110.
13. Stavtseva T.I. Fenomen sovmestnogo potrebleniya v tsifrovoy ekonomike [The phenomenon of sharing in the digital economy]. *Arrigievskie chteniya po teme: "formirovanie novoy paradigmy ekonomicheskogo myshleniya XXI veka"*. *Sbornik trudov konferentsii* [Arrigiev readings on the topic: "the formation of a new paradigm of economic thinking in the XXI century". Proceedings of the conference], 2018, pp. 273-278.

14. Trofimov E.A., Trofimova T.I. K voprosu o diskriminatsii na rossiyskom rynke truda [On the issue of discrimination in the Russian labor market]. *Izvestiya Baykal'skogo gosudarstvennogo universiteta*, 2018, № 3, pp. 419-425. DOI: [https://doi.org/10.17150/2500-2759.2018.28\(3\).419-425](https://doi.org/10.17150/2500-2759.2018.28(3).419-425)
15. *Ekonomika sovmestnogo potrebleniya v Rossii 2020* [Economy of sharing consumption in Russia 2020]. RAEK TiarCenter, 2021, available at: https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2021/02/TIARRAEC_Sharing-Economy-2020.pdf (accessed 04.05.2021)
16. Airbnb Prices IPO at \$68 a Share, Higher Than Expected Range. *The Wall Street Journal*. 2021. , available at: https://www.wsj.com/articles/airbnb-expected-to-price-ipo-above-56-to-60-a-share-range-11607527468?mod=hp_lead_pos4 (accessed 11.05.2021)
17. Airbnb Statistics. *IPROPERTYMANAGEMENT*. 2021., available at: <https://ipropertymanagement.com/research/airbnb-statistics> (accessed 04.05.2021)
18. Bagnera, S.M., Stewart, E., Edition, S. Navigating hotel operations in times of COVID-19. *Boston Hospitality Review. School of Hospitality Administration*. 2020., available at: <https://www.bu.edu/bhr/2020/03/25/navigating-hotel-operations-in-times-of-covid-19/> (accessed 31.03.2021)
19. Barnes, S.J., Kirshner, S.N. Understanding the impact of host facial characteristics on Airbnb pricing: Integrating facial image analytics into tourism research. *Tourism Management*, 2021, vol. 83., DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104235>
20. Barron, K., Kung, E., Proserpio, D. The sharing economy and housing affordability: Evidence from Airbnb. *The 2018 ACM Conference*, 2018., DOI: <https://doi.org/10.1145/3219166.3219180>
21. Chow, K.E., Garretson, J.A., Kurtz, D.L. An exploratory study into the purchase decision process used by leisure travelers in hotel selection. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 1995, vol. 2(4), pp. 53–72.
22. Christensen, C.M., Raynor, M.E. *The innovator's solution: Creating and sustaining successful growth*, Boston, MA: Harvard Business School Press, 2003.
23. Coyle, D., Yu-Cheong Yeung, T. Understanding Airbnb in fourteen European cities. *The Jean-Jacques Laffont Digital Chair Working Papers*. 2016., available at: <https://www.tse-fr.eu/sites/default/files/>

- TSE/documents/ChaireJJL/PolicyPapers/2016_30_12_pp_understanding_airbnb_in_14_european_cities_coyle_yeung_v.3.1.pdf (accessed 17.03.2021)
24. Curry D. Airbnb Revenue and Usage Statistics. *Business of Apps*. 2021, available at: <https://www.businessofapps.com/data/airbnb-statistics/> <https://www.bu.edu/bhr/2020/03/25/navigating-hotel-operations-in-times-of-covid-19/> (accessed 11.05.2021)
 25. Ert, E., Fleisher, A., Magen, N. Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 2016, vol. 55, pp. 62-73. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.013>
 26. Farmaki, A., Kaniadakis, A. Power dynamics in peer-to-peer accommodation: insights from Airbnb hosts. *International Journal of Hospitality Management*, 2020, vol. 89., DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102571>
 27. Frenken, K., Schor, J. Putting the sharing economy into perspective in book: *A research agenda for sustainable consumption governance*, 2019, pp.121-135,. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781788117814.00017>
 28. Gerwe, O. The Covid-19 pandemic and the accommodation sharing sector: Effects and prospects for recovery. *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, vol. 167,. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120733>
 29. Guttentag, D. Progress on Airbnb: a literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 2019, vol. 10(4), pp. 814–844,. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTT-08-2018-0075>
 30. Guttentag D. What Airbnb really does to a neighbourhood. *BBC news*. 2018., available at: <https://www.bbc.com/news/business-45083954> (accessed 01.05.2021)
 31. Guttentag, D., Smith, S. Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*, 2017, vol. 64, pp. 1–10, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.02.003>
 32. Insights and Implications of Covid-19 Pandemic. *CBRE*. 2020. available at: <https://www.cbre.com/covid-19> (accessed 11.03.2021)

33. McCleary, K.W., Weaver, P.A. Are frequent-guest programs effective? *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 1991, vol. 32(2), pp. 39–45.
34. Möhlmann, M. Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 2015, vol. 14(3), pp. 193–207., DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.1512>
35. Muller E. Delimiting disruption: Why Uber is disruptive, but Airbnb is not. *International Journal of Research in Marketing*, 2020, vol. 37(1), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.10.004>
36. Olson, M., Kemp, S. Sharing economy—An in-depth look at its evolution & trajectories across industries. Minneapolis: Piper Jaffray, Investment Research, 2015
37. Quinby, D. Share this! Private accommodation and the rise of the new gen renters. *PhoCusWright*. 2014. available at: <https://www.phocuswright.com/Travel-Research/Research-Updates/2014/Share-This-Private-Accommodation-the-Rise-of-the-New-Gen-Renter> (accessed 30.03.2021)
38. Smith, A. Shared, collaborative and on demand: The new digital economy. *Pew Research Center. Internet & Technology*. 2016., available at: <https://www.pewresearch.org/internet/2016/05/19/the-new-digital-economy/> (accessed 14.03.2021)
39. The Sharing Economy as a Disruptor. *UrbanSharing*. 2019., available at: <http://www.urbansharing.org/new-blog/2019/2/19/the-sharing-economy-as-a-disruptor> (accessed 24.03.2021)
40. Timbro Sharing Economy Index. *Timbro*. 2018., available at: <https://timbro.se/ekonomi/timbro-sharing-economy-index/> (accessed 08.05.2021);
41. Tussyadiah, I.P. Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 2016, vol. 55, pp. 70–80, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.005>
42. Tussyadiah, I.P., Pesonen, J. Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*, 2016, vol. 55(8), pp. 1022–1040, doi: <https://doi.org/10.1177/0047287515608505>
43. Varian, H.R. Buying, sharing and renting information goods. *Journal of Industrial Economics*, 2000, vol. 48 (4), pp. 473–488.

44. Yang, Y., Tan, K.P.-S., Li, X.R. Antecedents and consequences of home-sharing stays: Evidence from a nationwide household tourism survey. *Tourism Management*, 2019, vol. 70, pp. 15-28., DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.004>
45. Year-over-year change in short-term rental reservations on Airbnb due to the coronavirus (COVID-19) pandemic worldwide in the first quarter of 2020, by week. *Statista*. 2020., available at: <https://www.statista.com/statistics/1114065/airbnb-reservations-coronavirus/> (accessed 02.04.2021)
46. Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J.W. The rise of the sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 2017, vol. 54(5), pp. 687–705., DOI: <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>
47. Zhou, B., Liu, T., Ryan, C., Wang, L., Zhang, D. The satisfaction of tourists using bicycle sharing: a structural equation model-the case of Hangzhou, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 2020, vol. 28(7), pp. 1063-1082., DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1720697>.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Сарафанова Анастасия Геннадьевна, научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета

Московский Государственный Университет имени М.В. Ломоносова

ГСП-1, Ленинские горы, 1, Москва, 119991, Российская Федерация

anastasyast@yandex.ru

Сарафанов Александр Александрович, научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета, кандидат технических наук

Московский Государственный Университет имени М.В. Ломоносова

ГСП-1, Ленинские горы, 1, Москва, 119991, Российская Федерация

alexsarafanov@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Sarafanova Anastasiya G., Research Assistant, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography
Lomonosov Moscow State University
GSP-1, Leninskie gory, 1, Moscow, 119991, Russian Federation
anastasyast@yandex.ru
SPIN-code: 2812-1084
ORCID: 0000-0003-4065-5450

Sarafanov Alexander A., Research Assistant, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, PhD in Engineering sciences
Lomonosov Moscow State University
GSP-1, Leninskie gory, 1, Moscow, 119991, Russian Federation
alexsarafanov@mail.ru
SPIN-code: 6268-9710
ORCID: 0000-0003-2756-6947