

Секция: Проблемы макроэкономики

Григорьев Антон Николаевич

*магистрант кафедры статистики, учёта и аудита
Санкт-Петербургского государственного университета
г. Санкт-Петербург, Россия*

Вишнёва Мария Владимировна

*магистрант кафедры статистики, учёта и аудита
Санкт-Петербургского государственного университета
г. Санкт-Петербург, Россия*

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПЕРСПЕКТИВА МИРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ AIRBNB

Экономика равноправного взаимодействий (peer-to-peer, P2P), также известная как «совместная экономика» или «экономика обмена», на сегодняшний день привлекает к себе пристальное внимание ученых в области туризма, поскольку бизнес-платформы, базирующиеся на данной концепции, развиваются стремительными темпами. Новшество экономической системы заключается в совместном взаимодействии незнакомых людей друг с другом [1, с. 70-80]. Многочисленные стартапы, реализованные в рамках концепции экономики P2P, захлестнули туристическую сферу, вступая в противоречие с традиционными законами отрасли [2, с. 166-170]. Показательный пример экономики обмена в индустрии туризма продемонстрировала компания Airbnb, которая создала крупнейшую онлайн-платформу, позволяющую владельцам жилья предоставлять свои дома или комнаты для краткосрочной или среднесрочной аренды. Сайт данной онлайн-площадки предлагает перечень более чем из четырех миллионов вариантов размещения в 191

странах, более 200 миллионов человек в общей сложности воспользовались услугами Airbnb по всему миру с момента основания компании в 2008 году [3, с. 85-92].

Теоретические исследования, касающиеся аренды жилья в секторе P2P, появились совсем недавно и развиваются в нескольких направлениях [4, с. 159-162]. Определение мотивации поведения потребителей в отношении пользования онлайн-площадкой, а также факторов, способствующих выбору данного способа аренды жилья, интересуют многих ученых-экономистов и социологов [5, с. 219-227]. В большинстве случаев в качестве основной причины популярности подобного рода услуг они выделяют финансовую выгоду (экономии затрат на проживание), не пренебрегая также качественными факторами, такими как практический опыт проживания с незнакомым человеком, условия для размещения и месторасположение. Некоторые ученые полагают, что причины участия людей в экономике обмена различны и зависят в большей степени от принадлежности к определенной демографической группе [6, с. 1022-1040].

Другие исследователи, анализируя систему осуществления экономических операций в секторе P2P, подчеркивают ключевую роль доверия между участниками, как в отношении используемой платформы, так и в отношении других пользователей. Эяль Эрт, старший преподаватель Кафедры экономики и управления окружающей среды Еврейского университета в Иерусалиме, утверждает, что большинство потребителей делают вывод о надежности владельца жилья, исходя из фотографий его профиля на сайте как единственного источника информации в условиях неопределенности и риска. Проанализировав взаимоотношения между субъектами, он пришел к выводу, что, чем более надежным считается хозяин по фотографиям из профиля на сайте Airbnb, тем выше указанная стоимость и вероятность аренды. С другой стороны,

ученые из Научно-технического университета Китая доказали, что предполагаемый риск отрицательно влияет на ценность для потребителя, нивелируя полученный эффект от доступных выгод [7, с. 1-17].

Отдельный раздел экономических исследований был посвящен изучению последствий влияния сектора экономики обмена на индустрию туризма и гостиничного бизнеса [8, с. 174-184]. Например, ученые из Бостонского университета обнаружили, что гостиницы, которые не обслуживают клиентов бизнес-класса, и отели из низкой ценовой категории, в большей степени подвержены влиянию появления онлайн-площадки Airbnb, по сравнению с вариантами размещения более высокого уровня. Инес Блал, научный сотрудник университета прикладных наук Западной Швейцарии, проанализировал влияние системы Airbnb на показатели эффективности продаж в отелях Сан-Франциско и обнаружил, что предложение Airbnb не влияет на совокупные продажи гостиничных услуг, но средняя стоимость аренды на сайте положительно сказывается на стоимости свободных номеров.

Несмотря на то, что ученые пытались измерить эффект появления нового сектора с макроэкономической точки зрения, не существует единого источника информации о величине рынка P2P [9, с. 62-73]. Более того, большинство проведенных исследований сводились к изучению микроэкономической составляющей: анализу и оценке поведения потребителей. Тем не менее, необходимо понимать, что рост экономики P2P осуществлялся за счет социальных, экономических и технологических факторов, влияние которых мы попытаемся оценить на примере платформы Airbnb.

Целью данного исследования является определение макроэкономических факторов, склоняющих собственников жилья к сотрудничеству с онлайн-сервисом.

В качестве эндогенной переменной был использован показатель, характеризующий количество объявлений о сдаче в аренду недвижимости на сервисе Airbnb, классифицированных как «весь дом», «отдельная комната», «комната на несколько человек». В роли экзогенных переменных использованы различные социально-экономические показатели.

Во-первых, были определены 100 самых густонаселенных развивающихся и развитых стран для установления общего количества объявлений Airbnb. Данные собраны с помощью сторонней организации Airdna, являющейся держателем базы данных онлайн-сервиса. Следует отметить, что полученные данные не содержат информацию о некоторых городах (например, Багдад в Иране, Пхеньян в Северной Корее, Тегеран в Ираке).

Во-вторых, чтобы объяснить количество объявлений в разных столицах государств, были рассмотрены следующие макроэкономические факторы: степень технологического развития стран; размер экономики; относительный объем туристической индустрии; число прибывших туристов; номинальный обменный курс; средний уровень экономического развития; уровень производительности.

Мы предположили, что сайт Airbnb широко распространен в тех странах, где людям комфортно пользоваться продуктами технологического прогресса. Размер экономики страны в качестве показателя использован, потому что известно, что, чем крупнее экономика государства, тем больше она привлекает туристов. В свою очередь, выбор среднего уровня экономического развития и уровня производительности обосновывается желанием лучше охарактеризовать экономические условия. Важной переменной также является обменный курс, поскольку он характеризует меру конкурентоспособности страны на международном уровне. И, наконец, использование показателей, связанных с числом прибывших

туристов и объемом туристической индустрии, позволяет определить степень открытости страны.

Мерой технологического развития является индекс технологического развития в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), ежегодно публикуемый Международным телекоммуникационным обществом (МТО) при Организации Объединённых Наций и объединяющий 11 показателей. Данный индекс некоторое время использовался для мониторинга и сопоставления событий в области ИКТ между странами. Также в качестве переменных были использованы следующие показатели, характеризующие ранее перечисленные макроэкономические факторы: ВВП; ВВП на душу населения; ВВП на одного работника; номинальный обменный курс; доля туристической индустрии в ВВП; число прибывших туристов.

В таблице 1 представлена характеристика используемых показателей, а также источники, из которых по ним была получена информация.

Таблица 1

Характеристика показателей и источники

Показатель	Характеристика	Источник
Всего объявлений	Общее количество классифицированных ранее объявлений сервиса Airbnb	www.Airdna.co
ИТР	Индекс технологического развития	МТО ООН
Туризм/ВВП	Доля туристической индустрии в ВВП	Всемирный банк
ВВП	ВВП в постоянной величине 2010 г., измеряется в долларах США	
Число прибывших туристов	Число прибывших туристов в 2015 г.	
Номинальный обменный курс	Единицы местных валют за доллары	
ВВП на душу населения	Измеряется в постоянных международных долларах (PPP) 2011 г.	
ВВП на одного работника		

В таблице 2 представлены результаты проведенного регрессионного анализа. Необходимо отметить, что в круглых скобках находятся t-статистики, а звездочки после значений показывают значимость коэффициентов на определенном уровне. Следует отметить, что показатель «Всего объявлений» положительно коррелирует с индексом технологического развития, долей туристической индустрии в ВВП, номинальным обменным курсом, а также отрицательно коррелирует с ВВП на одного работника.

Таблица 2

Результаты регрессионного анализа

Показатель	Аренда, всего	Весь дом	Отдельная комната	Комната на несколько человек
ИТР	3.82**	4.05***	2.94***	2.93***
	(4.37)	(4.54)	(3.91)	(3.36)
Туризм/ВВП	0.94*	0.83	0.79*	-0.10
	(1.81)	(1.56)	(1.73)	(-0.24)
ВВП	0.32	0.23	0.34*	0.24
	(1.42)	(0.99)	(1.70)	(1.33)
Число прибывших туристов	0.29	0.31	0.43*	0.63***
	(1.10)	(1.16)	(1.88)	(3.06)
Номинальный обменный курс	0.16*	0.18*	0.17**	0.20***
	(1.79)	(1.98)	(2.17)	(3.06)
ВВП на душу населения	0.02	0.04	0.00	0.08
	(0.10)	(0.28)	(0.03)	(0.68)
ВВП на одного работника	-1.16**	-0.94*	-1.19***	-1.28**
	(-2.39)	(-1.90)	(-2.86)	(-2.62)
_cons	-2.58	-3.60	-3.94	-4.66
	(-0.56)	(-0.76)	(-0.99)	(-1.12)
N	59	59	58	49
R ²	0.68	0.70	0.69	0.69

Результаты показывают, что в стране, ориентированной на туристическую отрасль, сервис Airbnb популярен, и такая популярность растет с ростом номинального обменного курса. Из этого можно сделать вывод, что обесценение национальной валюты привлекает иностранных туристов и влечет за собой увеличение предложения по аренде недвижимости на онлайн-сервисе. Также было выявлено, что для более высокого уровня производительности, измеряемого ВВП на одного

работника, характерно меньшее количество предложения на Airbnb. Этот факт можно интерпретировать следующим образом: в странах, где трудовые доходы высоки, необходимость использования Airbnb может быть ниже. Иными словами, если трудовые доходы низкие, то у людей есть больше стимулов сдавать свою собственность в аренду, то есть использовать ее в качестве источника дополнительного дохода. На основе полученных результатов также можно сделать вывод о том, что уровень технологического развития страны является важнейшим фактором, влияющим на количество объявлений онлайн-сервиса Airbnb.

Сделанные выводы могут лечь в основу разработки государственной политики, осуществляемой органами власти различных стран, в отношении компаний, ведущих бизнес по модели P2P, направленной на минимизацию издержек и максимизацию выгод для местного населения.

Литература

1. Тисиадиах И. П. Факторы удовлетворенности и намерения использовать одноранговую систему / И. П. Тисиадиах // Международный журнал управления гостеприимством. – 2016. – № 12. – С. 70-80.
2. Хео К. Я. Обмен экономики и перспективы в исследованиях в области туризма / К. Я. Хео // Летописи исследований туризма. – 2016. – № 8. – С. 166–170.
3. Блал И. Г., Сингал М. Д., Темплин Д. В. Влияние Airbnb на рост продаж отелей / И. Г. Блал, М. Д. Сингал, Д. В. Темплин // Международный журнал управления гостеприимством. – 2016. – № 13. – С. 85-92.
4. Карлссон Л. Д., Долникар С. А. Кто-то спал в моей постели / С. А. Долникар, Л. Д. Карлссон // Летописи исследований туризма. – 2016. – № 9. – С. 159-162.

5. Беноит С. Триадиические рамки для совместного потребления: мотивы, действия, ресурсы и возможности участников / С. Беноит, Т. Бейкер, Р. Болтон и др. // Журнал бизнес исследования. – 2017. – № 11. – С. 219-227.
6. Тисиадиах И. П. Воздействие использование совместного размещения на модели поездок / И. П. Тисиадиах, Дж. Персонен // J. Travel. – 2016. – № 8. – С. 1022-1040.
7. Лианг Л. Дж. Определение намерений пользователей Airbnb: аутентичность, электронное из уст в уста и чувствительность к ценам / Л. Дж. Лианг, Х. С. Чои, М. Хоппе // Путешествия и туризм. – 2017. – № 3. – С. 1-17.
8. Гарау-Ваделли Д. В., Гитерез-Тано Д. П., Джиаз-Армас Р. Л. Поддержка жильцов для размещения P2P в местах массового туризма / Д. В. Гарау-Ваделли, Д. П. Гитерез-Тано, Р. Л. Джиаз-Армас // Международный журнал управления гостеприимством. – 2018. – № 18. – С. 174-184.
9. Эрт Э. Доверие и репутация в экономике взаимодействия: случай Airbnb / Э. Эрт, Э. Флайшер, Н. Мэген // Tour. Manag. – 2016. – № 7. – С. 62-73.