

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ В УСЛОВИЯХ ШЕРИНГОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Н.В. Шилоносова, Ю.В. Бутрина*

*Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Россия*

В современных условиях шеринговой экономики, которая отражает новые отношения в сфере совместного потребления и глубинные процессы социализации этой сферы экономики, онлайн-платформы играют значимую роль. Дальнейшее развитие шеринговой экономики обусловлено эффективным применением онлайн-платформ. Несмотря на рост научных публикаций по теме и постепенное осознание важности онлайн-платформ, вопрос перспектив развития онлайн-платформ остается неясным. В статье уточнено понятие шеринговой экономики и ее сущностные особенности, рассмотрены современные сетевые онлайн-платформы и дана их классификация, выделены для опроса транспортные и туристические платформы, такие как BlaBlaCar, Airbnb, Uber, Яндекс.Такси. Проведен анализ результатов опроса студентов университета и колледжа города Челябинска по отношению к шеринговой экономике в процессе использования онлайн-платформ. Установлено, что полезность таких онлайн-платформ оценивается достаточно высоко. Выявлено, что онлайн-платформы широко используются, полезны, экономичны и имеют потенциал развития, особенно транспортные онлайн-платформы.

**Ключевые слова:** шеринговая экономика, шеринг, совместное потребление, онлайн-платформа, BlaBlaCar, Airbnb, Uber, Яндекс.Такси, опрос.

### **Введение**

В настоящее время шеринговая экономика как экономика совместного потребления получает широкое развитие. В целом под шерингом понимается любая деятельность, связанная с дополнительным применением имущества, находящегося у потребителей, а также извлечением в процессе этого использования некоторой социальной и материальной выгоды. Созданы и успешно развиваются разнообразные онлайн-сервисы в рамках глобальной сетевой и платформенной инфраструктуры [1–3].

Изучение этого явления с позиций теории и методологии экономической науки связано с приходом из бизнеса моделей шеринговых отношений. Фундаментальные исследования по данной тематике в настоящее время отсутствуют.

Целью данного исследования является анализ развития онлайн-платформ в условиях шеринговой экономики. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач: рассмотреть исследования, посвященные экономике совместного потребления, как зарубежные, так и отечественные; уточнить понятие шеринговой экономики и ее сущностные особенности; рассмотреть современные сетевые онлайн-платформы и дать их классификацию по нескольким факторам; выделить несколько онлайн-платформ, провести опрос студентов университета и колледжа по отношению к шеринговой экономике на примере использования нескольких онлайн-платформ, обработать результаты, сделать выводы.

### **Обзор зарубежных публикаций**

Выделение в экономической науке концепции совместного потребления связано с именами аме-

риканских ученых Рэйчел Ботсман и Ру Роджерсом, соавторами книги «What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption» («Все мое – твое: рост совместного потребления»), появившейся в 2010 г. [4], а также выступлениями на конференции TED в 2010 году, рассказывающими о новой социо-экономической модели, которая должна революционизировать потребление товаров и услуг. Явление sharing economy (совместное потребление) вошло в составленный журналом Time еще в 2011 году список идей, которые изменят мир в ближайшем будущем [5].

Многие зарубежные авторы связывают шеринговую экономику со становлением и быстрым развитием каршеринга и аренды жилья. В исследованиях показывается, что программы совместного использования автомобилей и жилья (ночлег, путешествия) предоставляют людям кратковременный доступ к личному имуществу без более высоких затрат и ответственности, которая может быть связана с правом собственности и, что немаловажно, с достаточно высоким уровнем обслуживания [6]. Различные авторы рассматривают нетрадиционные, неинституционализованные тенденции в сфере услуг, которые противодействуют привычному сервису, предоставляя клиентам более широкий спектр альтернатив, среди которых – обмен и сдача в аренду личного имущества. Важным аспектом шеринговых отношений является доверие, повышение экономической значимости межличностных аспектов и прямых транзакций между домохозяйствами [7–9].

В публикации исследователя Х. Хейнрикса рассматриваются вопросы устойчивости экономики шеринга, процветание занятых в ней субъектов, социальное равенство [10].

Другие исследователи, в частности, Т.Р. Диллахант и А.Р. Малоне (США), утверждают, что экономика цифрового обмена, элементом которой является шеринговая экономика, предоставляет людям дополнительную возможность найти временную работу, получить дополнительный доход, улучшить социальное взаимодействие и получить доступ к информационным ресурсам, которые невозможно достичь иным образом [11]. Посредством различных информационных каналов о потенциале шеринговой экономики будет известно безработным или тем, кто испытывает финансовые трудности, что повысит их занятость.

В исследовании [12] отражены вопросы социальной защиты занятых в шеринге, налогообложении таких сделок в США.

Параметры экономики совместного потребления в 2016–2018 гг., а также прогнозы проанализированы и оценены в следующих исследованиях. Опрос компании McKinsey касается числа занятых в этой сфере (например, в 2016 г. дополнительные подработки, в т. ч. и в связи с шерингом, имели 30 % работоспособного населения США) [13]. Согласно отчету, составленному PwC, к 2025 году объем шеринговой экономики приблизится к отметке в 335 млрд долл. [14].

Шеринговую экономику связывают с явлением гигэкономики, или экономики свободного заработка, к которой относят убероподобные сервисы, представляющие возможности подработки безработным (в дальнейшем они попадают в категорию фрилансеров), слабослышащим и др. Издание Quartz сделало подборку интересных фактов об этой экономике нового типа [12].

Как правило, количественно очень сложно оценить параметры рынка шеринга, так как в настоящее время отсутствуют необходимые методология и механизм регистрации и регулирования этого явления, тем не менее косвенные измерения масштабов возможны. Согласно оценкам AliResearch, 400 миллионов жителей Китая могут стать участниками гигэкономики к 2036 г. [15]. По подсчетам PwC, в 2015 году в Европе работало более 300 компаний, созданных в разных секторах экономики совместного потребления. Их совокупный доход за год составил более 4 млрд евро. В США на тот момент таких компаний было в четыре раза больше [9].

О глобализации посредством механизмов шеринговой экономики, о своеобразной международной экспансии Airbnb, которая охватывает более 190 стран, описано в работе Уипа П. [16].

О функционировании онлайн-платформ с позиций вопросов технологии, об их эффективности и направлениях развития опубликована работа [11].

Идея экономики совместного потребления находит свое отражение в функционировании традиционного бизнеса, что приводит к его трансфор-

мации и повышению эффективности. Реализация идеи проходит двумя способами. Первый способ заключается в переходе с онлайн-платформ, которые являются площадкой e-коммерции для владельцев какого-либо имущества (физические лица) и клиентов (физические лица), но работающие недостаточно эффективно по разным причинам, к онлайн-сервису, представляющему интересы компании (юридическое лицо), владеющей активами, сдаваемыми в аренду тем же клиентам. К таким платформам относятся, например, Lyft, RenttheRunaway, Zipcar. Второй способ связан с использованием компаниями принципов шеринга и созданием онлайн-платформ. К таким компаниям относятся крупные гостиничные сети, такие как Hilton, Redisson, автопроизводитель Ford. Основная предпосылка – потребители всё больше склоняются к экономике по требованию, поэтому компании за рубежом присматриваются к этой гибридной бизнес-модели [17, 18]. В работе Д. Скаработо исследуется вопрос о гибридном характере шеринговой экономики как экономики взаимодействия между рыночной и нерыночной экономикой, требующей соответствующих подходов к развитию экономики совместного потребления [19]. Уже ставший традиционным сетевой бизнес и совершенно новые модели его построения рассмотрены в эссе Тима О'Рили [20].

Таким образом, изучены, накоплены и обобщены новые факты экономической жизни в сфере совместного потребления, в некоторой степени разработан терминологический аппарат, сформирован особый объект и основные теоретико-методологические основы шеринговой экономики. В настоящее время происходит интенсивная разработка теории шеринговой экономики, и данный процесс пока далек от своего завершения.

### Обзор отечественных публикаций

Анализ и оценка рынка шеринга в России осуществляется такими организациями, как РАЭК (Российская ассоциация электронных коммуникаций) [21], ТИАР-Центр [22] и РОЦИТ [23]. В состав РАЭК входит кластер «Sharing Economy», целью которого является создание благоприятной регуляторной среды для развития сферы экономики совместного потребления в России, а также связанных с данной отраслью рынков. Организации-члены кластера – Яндекс, Avito, BlaBlaCar, RentMania и др. Опубликованы результаты совместных исследований по экономике совместного потребления в России в 2017 году [24] и 2018 году [25], проведены форумы и конференции.

Одной из первых российских монографий по экономике совместного потребления следует отметить работу Гайдаренко В.А. «Экономика совместного потребления» [26]. Также среди российских авторов следует отметить монографию Бычкова А.И. «Правовое регулирование экономики совместного потребления» (2019 г.), в которой

освещены юридические проблемы и перспективы регулирования отношений между владельцами и пользователями имущества, передаваемого в шеринг, трудовые отношения и другие правовые вопросы в таких сегментах, как каршеринг и райдшеринг, фудшеринг, обмен жильем и др. [27]. Литвинов А.М. рассматривает изменение конкурентной среды, касающейся традиционного бизнеса в условиях шеринговой экономики [28].

Одним из специалистов в данной тематике можно считать Тагарова Б.Ж., в течение 2018 – 2019 гг. он посвятил тематике шеринговой экономики несколько статей [29–34]. Изучен опыт работы отдельных шеринг-сервисов [35, 36], в частности, в сфере российского туризма [37]. Туризм в шеринговой экономике и необходимость новых инструментов маркетинга для продвижения онлайн-сервисов для путешествий рассмотрены в статье [38]. В статье [39] отражено инновационное преобразование общества в связи с увеличением роли информации и знаний и принципиальном изменении инфраструктуры, жизнь в формате Smart-городов с точки зрения шеринговой экономики.

Вопросы экономической социализации личности и применения ценностного подхода в экономике совместного потребления подробно освещены в [40]. Аспекты меняющейся экономической культуры общества рассмотрены в коллективной работе «Экономическая культура мегаполиса» [41]. О предпосылках и особенностях шеринга в России повествуют статьи [42, 43]. Социокультурный вопрос, экология, нравственность, доверие клиентов рассмотрены в статье Кузьминой Т.В. [44]. Психологические и юридические проблемы шеринга рассмотрены в работе Пыхтеевой И.В. и Виноградова А.В. [45].

Российский рынок шеринга исследован компанией РАЭК [24, 25], в результате суммарный объем в 2018 г. оценен в 500 млрд руб.

Традиционный бизнес начинает претерпевать концептуальные изменения, трансформируясь согласно идее интернета вещей. При этом похожие принципиальные изменения происходят в компаниях любого размера (микро-, малый, средний и крупный бизнес) и масштаба деятельности (местный, региональный, федеральный, континентальный, мировой) с отличиями в сценариях исхода и уровне дальнейшей эффективности деятельности. В итоге компания либо уходит с рынка, не адаптировавшись к реалиям, либо осуществляет деятельность на условиях сочетания традиционных и шеринговых механизмов бизнеса, либо полностью трансформируется в шеринг. Основной предпосылкой является постепенная переориентация клиентов к экономике по требованию [46, 47].

Таким образом, изучение источников показало, что теория, методология и практика шеринговой экономики в настоящее время еще не сложи-

лись. Существует разрозненное представление о механизмах и инфраструктуре функционирования экономики совместного пользования. Целостный подход должен включать в себя устойчивую терминологию, описание принципов и социально-экономических моделей шеринговых взаимоотношений на микро- и макроуровнях, психологию шеринговых связей, вопросы государственного регулирования (законодательство, налоги и социальные отчисления, льготы), функционирование онлайн-платформ, страхование, технико-технологические аспекты функционирования шеринговых онлайн-сервисов, вопросы самозанятости, экологии, логистики, трансформации традиционного бизнеса, социального эффекта, финансовой грамотности, ценообразования, транзакционных затрат и др.

#### **Формирование понятия «шеринговая экономика»**

В настоящее время понятийный аппарат такого нового социально-экономического явления как шеринг не сформирован ни в экономической науке, ни в практике. Терминология шеринга достаточно часто подменяется понятиями аренды, аутсорсинга, франчайзинга, субконтракта, подряда, кооперации. В разных источниках имеют схожий смысл такие понятия, как шеринг, шеринговая экономика, экономика доверия, экономика по требованию, экономика совместного потребления, шеринговая платформа, сетевая платформа, маркетплейс, шеринговый агрегатор, краудфандинг, краудсорсинг, уберизация, каршеринг, райдшеринг, карпулинг, а также связанные с вышеперечисленными терминами понятия гигэномики, интернета вещей и блокчейна.

Дадим определение шеринговой экономики. Под шеринговой экономикой будем понимать пиринговые интегрированные саморегулируемые социально-экономические отношения, практически не ограниченные географически, направленные на реализацию избыточного ресурса домашних хозяйств путем многократной аренды или обмена с использованием технологий и сетевых онлайн-сервисов, способствующие достижению стратегических, тактических или оперативных целей участников за счет эффективного управления с точки зрения снижения общих затрат, удовлетворения требований конечных потребителей к качеству услуг и достижению экономической и социальной выгоды. В результате реализации таких отношений происходит упрощение и ускорение материальных потоков. Домашние хозяйства становятся микро-предпринимательскими субъектами.

#### **Онлайн-платформы как инструмент шеринговой экономики**

Концепция шеринговой экономики исторически была основана на цифровизации, т. е. на информационных технологиях, Интернете и блок-

чейне, что проявилось в создании онлайн-платформ. Рассмотрим их как ключевой инструмент шеринга.

Шеринговая онлайн-платформа (иначе онлайн-сервис, онлайн-витрина, маркетплейс) представляет собой сетевую электронную торговую платформу, предоставляющую информацию о продукте или услуге компании или третьих лиц (другие компании или физические лица), которая связывает продавцов и покупателей, позволяя им совершать заказы и сделки через нее. При этом собственником сервиса обеспечиваются трафик и маркетинговая поддержка для увеличения продаж. Монетизация обычно происходит за счет комиссии в виде процентов от сделки или платного размещения объявления в каталоге. Бизнес-модель онлайн-платформы как правило избавляет владельца от необходимости закупок, содержания склада, формирования и транспортировки заказа, а также расходов на оплату труда большого количества исполнителей. Благодаря этому снижаются затраты и отсутствуют риски, связанные с выполнением заказов – ответственность за ошибки перед клиентами лежит на продавцах. Отсутствуют географические ограничения. В целом онлайн-сервисы конкурентоспособнее, чем традиционные интернет-магазины. Благодаря снижению транзакционных издержек и стоимости привлечения клиентов, а также внутренней конкуренции на площадке продавцы часто снижают стоимость своих товаров. Покупатели, в свою очередь, получают доступ к большому количеству товаров и услуг в одном месте с возможностью выбрать поставщика на основе своих предпочтений, например, в зависимости от цены товара, рейтинга продавца, отзывов и т. д.

Предлагаем два вида классификации онлайн-платформ: 1) по региональному охвату и 2) по видам сервиса. Классификация по региональному охвату разделяет онлайн-платформы на два вида: осуществляющие деятельность на территории одного государства и международные онлайн-платформы. Классификация по видам сервиса разделяет онлайн-платформы на два вида: универсальные – несколько видов услуг, начиная от аренды детских автокресел, велосипедов, и заканчивая арендой жилья, и онлайн-платформы, имеющие узкую направленность, например, услуги проката свадебных платьев.

Рассмотрим наиболее известные онлайн-сервисы совместного потребления в России на сегодняшний день. Платформами универсального назначения являются Юла, Avito, RentMania, Next2U, Яндекс.Услуги, Rentalist. Сервисы аренды жилья (гостиницы, отели, хостелы, квартиры и др.) представлены на платформах Airbnb, Booking, RentBerry, Tvil, Trivago, Циан, Avito. Каршеринговыми платформами, которые занимаются перевозкой пассажиров, являются BlaBlaCar, Яндекс.Такси, Uber. А также перечислим другие сер-

висы: сервисы аренды вечерних платьев и аксессуаров (OhMyLook.ru DressUpBar.ru), прокат велосипедов, лыж, сноубордов (Spinlister); аренда лодок (Sailo), краудсорсинговая сервис-база аренды, в основном фото- и видеотехника (FatLama), гостевые сети, предоставляющие ночлег (кроме гостиничных компаний) и организацию совместных путешествий (Overnight, CouchSurfing).

Такое многообразие онлайн-сервисов означает, что шеринговая экономика проникла достаточно широко в современную жизнь.

### **Выбор онлайн-платформ и актуальность в г. Челябинске**

Челябинск является одним из крупнейших городов России, число жителей города превышает 1,2 млн чел. Поэтому с точки зрения развития шеринга и онлайн-платформ Челябинск является стратегически важным. По мнению руководства федеральной компании «Ситимобил», услуги такси с использованием онлайн-сервиса становятся неотъемлемой частью инфраструктуры, важным элементом городской среды, предоставляют жителям возможность пользоваться преимуществами «таксипортации». В настоящее время в городе Челябинске функционируют несколько крупных компаний, предоставляющих рынок такси. По данным опросов почти половина жителей города Челябинска пользуются такси несколько раз в месяц. В 2019 году рынок услуг такси г. Челябинска оценивается в 4 млрд руб. Отсюда можно сделать вывод о возможности проведения шеринговых исследований на примере жителей Челябинска, так как рынок города по величине является достаточным большим для получения достоверных результатов.

Для анализа развития онлайн-платформ в городе Челябинске путем опроса студентов из большого многообразия были выбраны следующие три платформы: BlaBlaCar, Airbnb, Uber/Яндекс.Такси. Предоставим их краткую характеристику и причину выбора.

1. BlaBlaCar – сообщество попутчиков, объединяющее водителей и пассажиров, которым по пути. Крупнейший в мире райдшеринговый сервис. Это сообщество надежных попутчиков, объединяющее автовладельцев, у которых есть свободные места в автомобиле, с потенциальными пассажирами-попутчиками. В основе сообщества BlaBlaCar – простые люди. Сегодня сервисом пользуется более 65 млн чел. в 22 странах мира. Более 20 млн чел. совершают поездки через BlaBlaCar ежеквартально. Среднее расстояние таких поездок – 300 км [48]. Услуги сервиса предлагаются в большинстве стран Европы, а также других государствах. Данный сервис представлен в г. Челябинске и был выбран по той причине, что многие студенты активно путешествуют, но при этом не имеют своего автомобиля.

2. Airbnb – платформа по аренде жилья, при помощи которой можно легко и безопасно арендо-

вать квартиры и дома во многих странах мира. На сайте владельцы жилья размещают объявления о сдаче жилья, а люди, которым оно нужно, арендуют его. Все объявления размещаются с описанием, фотографиями, перечнем того, что имеется в квартире. Причём арендой квартир Airbnb не ограничивается, есть и другое жильё [49]. Данный сервис был выбран по той же причине, что и BlaBlaCar, но в данном случае решается проблема дорогих гостиниц и отелей.

3. Яндекс.Такси (Uber) – сервис, который позволяет быстро вызвать официальное такси без звонка диспетчеру и следить за выполнением заказа на карте. Заказать такси можно на сайте или через мобильное приложение для смартфонов. Заказы передаются партнерам – службам такси. Они являются непосредственными исполнителями заказа [50]. Яндекс.Такси распространён преимущественно в странах СНГ, в то время как Uber – по всему миру. Тот факт, что многим студентам могут потребоваться услуги по перемещению, которые не могут быть обеспечены общественным транспортом, стал причиной включения данного сервиса в опрос.

#### Анализ использования онлайн-платформ по результатам опроса

С целью изучения развития онлайн-платформ в условиях шеринговой экономики была разработана анкета под названием «Давайте жить дружно». Сформулировано 16 вопросов с однозначными вариантами ответов «Да»/«Нет». Первые 12 вопросов связаны с конкретными тремя онлайн-платформами, а 4 вопроса – общие.

Методически опрос состоит из четырех блоков: 1) BlaBlaCar, 2) Airbnb, 3) Uber/Яндекс.Такси, 4) эффективность онлайн-платформ. В каждом блоке по четыре вопроса. По первым трем блокам четыре похожих вопроса. Вначале задается вопрос об осведомленности респондента о той или иной платформе. Затем – использовал ли респондент данную платформу в качестве клиента и в качестве партнера. Далее ставится вопрос о мнении респондента об уровне полезности данной идеи для себя или же для других людей. В четвертом блоке также четыре вопроса, которые связаны с эффективностью использования онлайн-платформ в целом.

В опрос приглашены участвовать студенты разного уровня обучения (колледж и университет), разного уровня подготовленности и разного профиля, но одного возраста. Таким образом, опрос был произведен среди студентов Южно-Уральского государственного университета (56 человек) и колледжа «Комитент» (43 человека) в апреле 2019 года в г. Челябинске. Всего в письменном опросе приняли участие 99 человек в возрасте 19–22 года. Результаты опроса по всем респондентам, а также по отдельности колледжа и университета и их сравнение представлены в таблице.

Из таблицы видно, что утвердительные ответы показали высокую степень осведомленности о двух платформах: BlaBlaCar (96,0 %) и Uber-такси/Яндекс-такси (99,0 %). Рассмотрим подробнее результаты опроса. На рис. 1 представлены результаты ответов по онлайн-платформе BlaBlaCar.

Из рис. 1 видно, что результаты опроса об использовании онлайн-платформы BlaBlaCar показывают, что около половины (48,5 %) опрошенных студентов хотя бы раз пользовались платформой BlaBlaCar в качестве пассажира-попутчика, но лишь 2,0 % – в качестве владельца автомобиля. Эти данные в некоторой мере подтверждают предположение о том, что большинство студентов не имеют своего автомобиля. Сравнение результатов также показывает, что студенты университета значительно больше осведомлены о данном онлайн-сервисе, так как пользуются сервисом в качестве пассажира-попутчика на 28,1 % больше, чем студенты колледжа. На вопрос, считают ли они идею сервиса для поиска попутчиков полезной для себя или других, 93,9 % всех студентов ответили положительно.

На рис. 2 представлены результаты ответов по онлайн-платформе Airbnb.

Из рис. 2 видно, что результаты опроса об использовании онлайн-платформы Airbnb показывают, что данный сервис пользуется среди студентов меньшей популярностью, чем BlaBlaCar. Некоторые из опрошенных студентов отметили, что пользуются данным сервисом не для поиска альтернативы гостиницам при путешествиях, а для подбора места для вечеринок или подобных мероприятий. Лишь 4,0 % респондентов указали, что пользуются данным сервисом для поиска квартир. Однако около 86,9 % опрошенных посчитали идею сервиса полезной. Сравнение результатов также показывает, что студенты университета значительно больше осведомлены о данном онлайн-сервисе, так как знают данный сервис на 18,7 % больше, чем студенты колледжа.

На рис. 3 представлены результаты ответов по онлайн-платформе Uber и Яндекс.Такси.

Из рис. 3 видно, что результаты опроса об использовании онлайн-платформ Uber и Яндекс.Такси показывают, что ими пользовалось подавляющее большинство опрошенных студентов (90,9 %), что позволяет заключить, что данные сервисы достаточно актуальны для студентов. Некоторые из опрошенных студентов даже пользовались данными платформами в качестве владельца автомобиля (6,1 %), хотя их доля достаточно мала, что снова подтверждает, что процент студентов, владеющих автомобилями, невелик. Однако, среди студентов колледжа таких студентов набирается 11,6 %, что на 9,8 % больше, чем среди студентов университета. Отметим, что 98,0 % студентов посчитали идею данных сервисов полезной для себя или других людей.

## Результаты опроса «Давайте жить дружно» по утвердительным ответам «Да», %

№	Вопрос	Все	Колледж	Университет	Абс. откл.
1	Знаете ли вы о сервисе для поиска попутчиков BlaBlaCar?	96,0	90,7	100	+9,3
2	Приходилось ли вам пользоваться сервисом BlaBlaCar в качестве пассажира?	48,5	32,6	60,7	+28,1
3	Приходилось ли вам пользоваться сервисом BlaBlaCar в качестве владельца авто?	2,0	0	3,6	+3,6
4	Считаете ли эту идею полезной для себя/для других?	93,9	88,4	98,2	+9,8
5	Знаете ли вы об онлайн-платформе для аренды жилья Airbnb?	22,2	11,6	30,4	+18,8
6	Имеется ли у вас опыт использования онлайн-платформы Airbnb для поиска жилья?	4,0	0	7,1	+7,1
7	Имеется ли у вас опыт использования онлайн-платформы Airbnb для сдачи жилья в аренду?	3,0	2,3	3,6	+1,3
8	Считаете ли эту идею полезной для себя/для других?	86,9	86,0	87,5	+1,5
9	Знаете ли вы Uber-такси или Яндекс-такси?	99,0	100	98,2	-1,8
10	Приходилось ли вам пользоваться Uber-такси или Яндекс-такси в качестве пассажира?	90,9	88,4	92,9	+4,5
11	Приходилось ли вам пользоваться Uber-такси или Яндекс-такси в качестве владельца авто?	6,1	11,6	1,8	-9,8
12	Считаете ли Uber-такси или Яндекс-такси полезными для себя/для других?	98,0	97,7	98,2	+0,5
13	Является ли экономия на затратах важным фактором при выборе перечисленных сервисов?	87,9	81,4	92,9	+11,5
14	Является ли стандарт качества важным фактором?	97,0	95,3	98,2	+2,9
15	Согласитесь ли вы отдать свое имущество во временное пользование?	45,5	51,2	41,1	-10,1
16	Согласитесь ли вы использовать чужое имущество временно?	76,8	74,4	78,6	-4,2

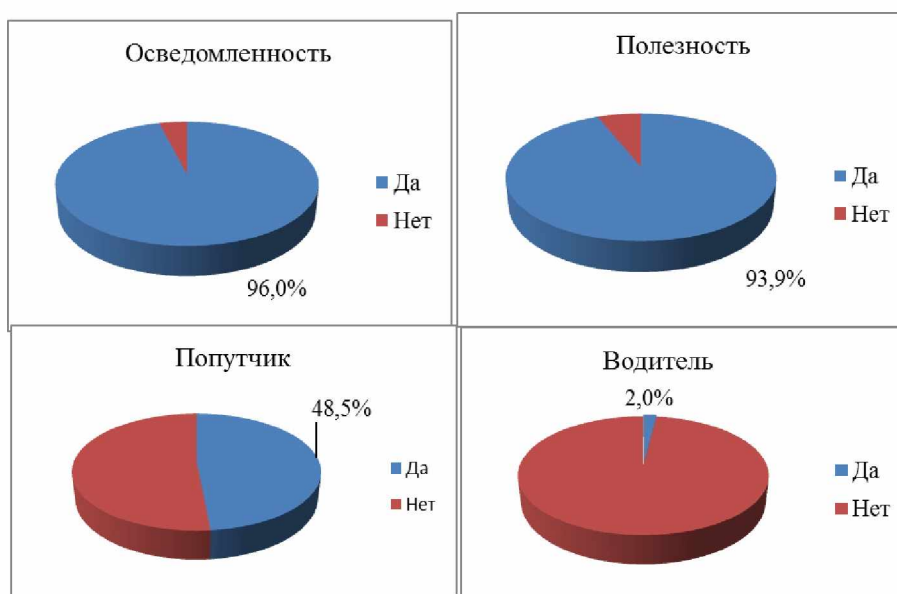


Рис. 1. Результаты ответов по онлайн-платформе BlaBlaCar

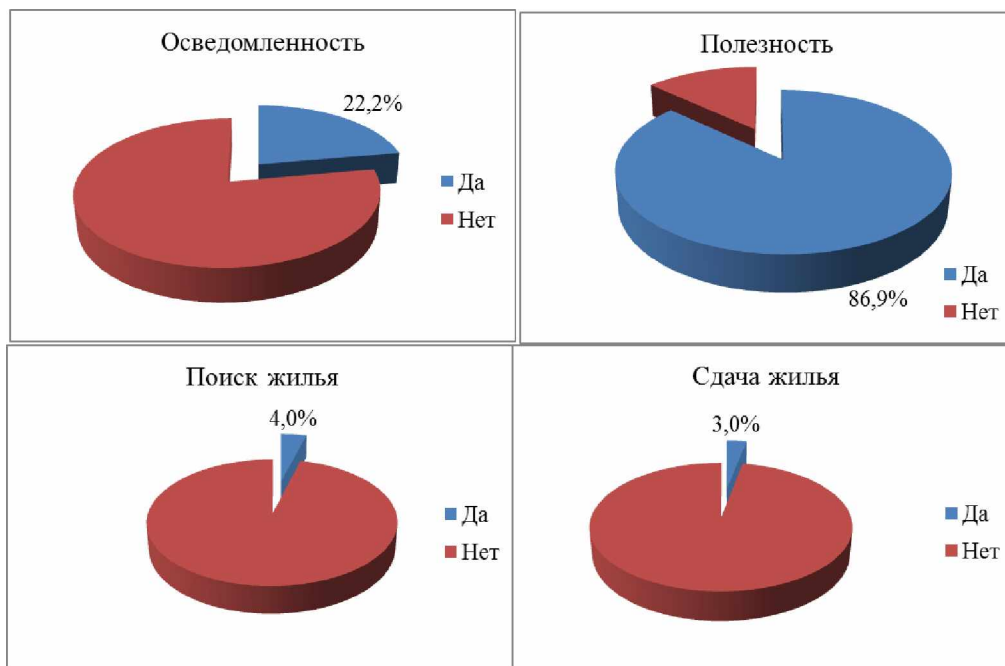


Рис. 2. Результаты ответов по онлайн-платформе Airbnb

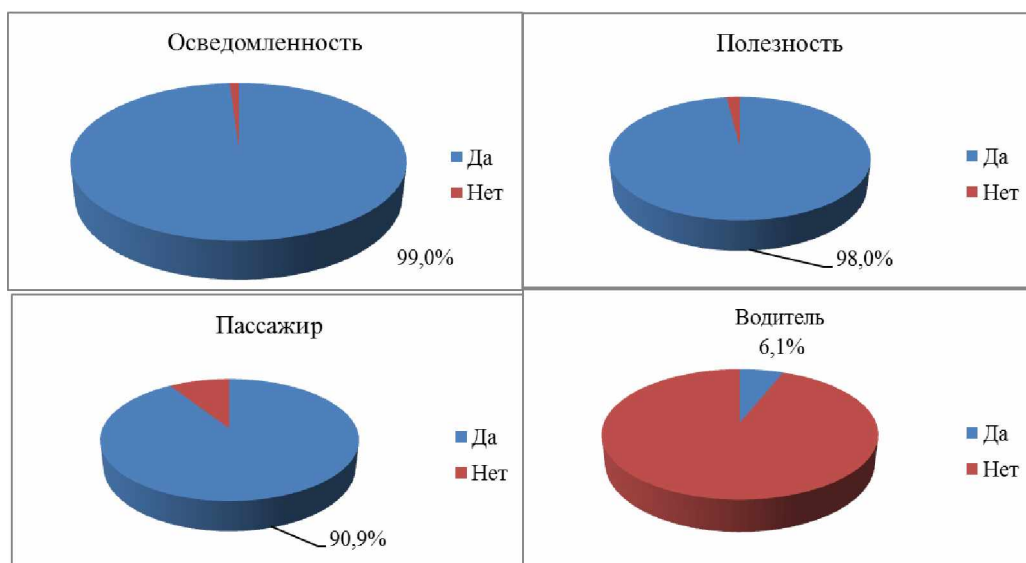


Рис. 3. Результаты ответов по онлайн-платформе Uber и Яндекс.Такси

Сравнение результатов полезности трех онлайн-сервисов представлены на рис. 4.

Из рис. 4 видно, что полезность онлайн-сервисов оценивается высоко – от 86,9 % до 98,0 %.

Важной частью опроса является четвертый блок вопросов по эффективности онлайн-платформ (вопросы с 13-го по 16-й). Проведем анализ ответов на концептуальные вопросы о шеринговой экономике. На вопрос «Является ли экономия на затратах важным фактором при выборе перечисленных сервисов?» положительно ответи-

ли 87,9 % опрошенных. То есть это означает, что стало выгодно пользоваться такси и попутными машинами. На вопрос «Является ли стандарт качества важным фактором?» положительно ответило подавляющее большинство 97,0 %. То есть это означает, что стандарт качества (удобство и другие характеристики) является важным фактором. На вопрос «Согласитесь ли вы отдать свое имущество во временное пользование?» положительно ответили 45,5 % студентов. То есть примерно половина опрошенных студентов согласилась бы отдать свое имущество во временное пользование. На вопрос

«Согласитесь ли вы использовать чужое имущество временно?» большинство ответили положительно (76,8 %). При оценке взаимосвязи с предыдущим вопросом можем предположить, что собственное имущество у молодых людей имеется в небольшом количестве, и скорее всего, они ответили на вопрос, имея в виду имущество семьи.

Выдвинув гипотезу, что ответы молодых людей, которые согласны отдать свое имущество во временное использование, отличаются от ответов всех опрошенных, проведем расчет результатов ответов этой выборки, число которых составило 45 человек или 45,9 % в проведенном опросе. Сравнение результатов утвердительных ответов всех опрошенных и выборки представлено на рис. 5.

Из рис. 5 видно, что при значительном отклонении (+54,5 %) на 15-й вопрос по готовности отдать свое имущество во временное пользование, мы наблюдаем также значительное отклонение на 16-й вопрос (+18,9 %) по готовности временно использовать чужое имущество, а по другим во-

просам значительного отклонения не наблюдается. Следовательно, ответы данной выборки в целом не отличаются и также отражают общее мнение по полезности онлайн-платформ.

Таким образом, результаты опроса показывают, что онлайн-платформы широко используются молодежью, полезны, экономичны и имеют потенциал дальнейшего развития.

### Результаты

В связи с тем, что терминологический аппарат шеринговой экономики недостаточно разработан, сформулировано понятие шеринговой экономики. Предложенное нами понятие шеринговой экономики позволяет прогнозировать пути дальнейшего развития экономики. В связи с развитием онлайн-платформ BlaBlaCar, Airbnb, Uber/Яндекс.Такси в городе Челябинске, анализ их использования показал, что они пользуются заметной популярностью среди студентов и имеют значительный потенциал дальнейшего развития.

Полученные результаты и дальнейшие иссле-

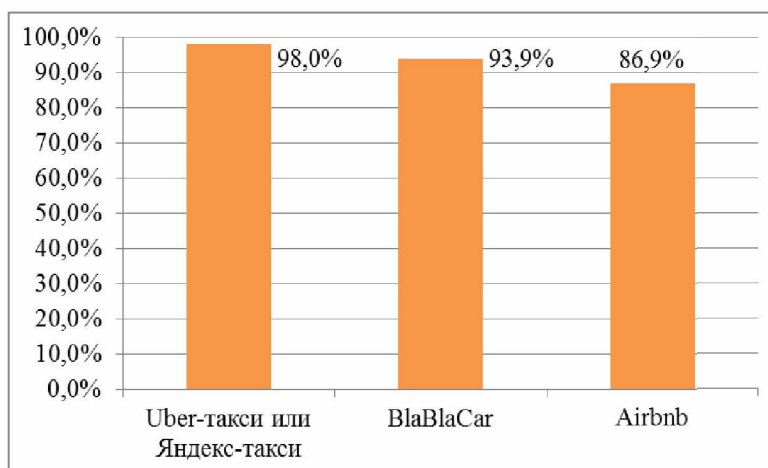


Рис. 4. Полезность трех онлайн-сервисов по результатам опроса

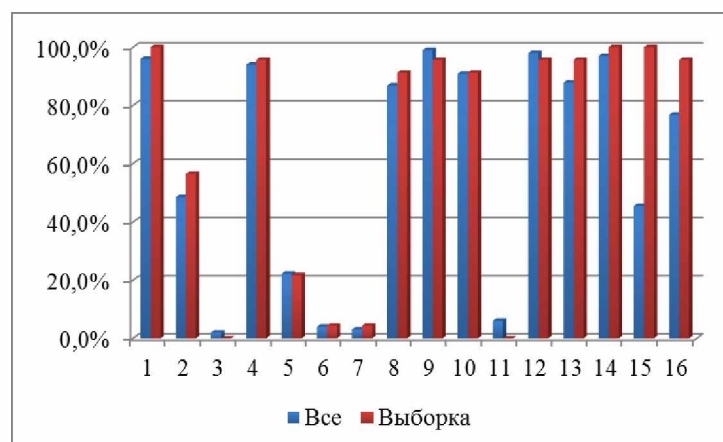


Рис. 5. Сравнение утвердительных ответов на 16 вопросов по всем опрошенным с выборкой тех, кто готов отдать свое имущество во временное пользование, %



дования авторов необходимы шеринговым онлайн-платформам: BlaBlaCar, Airbnb, Яндекс.Такси, а также другим онлайн-платформам, таким как существующей Booking или начинающей Sendway, а также новым проектам в этой сфере, чтобы обозначить их высокий уровень влияния на развитие шеринговой экономики. Разработанная анкета может использоваться шеринговыми платформами для проведения опросов.

Понятный аппарат, разрабатываемый на основе авторской трактовки шеринговой экономики, может быть использован при изучении дисциплин в образовательных программах вузов бакалавров и магистров по экономике и менеджменту.

#### Выводы

Таким образом, концепция шеринговой экономики в настоящее время находится в стадии интенсивного развития и данный процесс пока далек от своего завершения. Инструментом развития шеринговой экономики являются сетевые онлайн-платформы. Многообразие онлайн-сервисов означает, что они обслуживают различные сегменты рынка и обеспечивают развитие шеринговой экономики. Анализ развития онлайн-платформ показал, что они пользуются заметной популярностью и имеют значительный потенциал. Исследованию механизма дальнейшего развития шеринговой экономики будет посвящено следующее исследование.

#### Возможности использования

В условиях шеринговой экономики результаты исследования могут быть применены при разработке и реализации государственных программ, направленных на повышение качества жизни граждан, связанных с развитием городов (в т. ч. моногородов), занятости населения, национальных проектов.

#### Литература

1. Лымарь, Е.Н. Экономика совместного потребления в современной России / Е.Н. Лымарь // Вестник ЧелГУ. – 2018. – № 12 (422). Экономические науки. Вып. 63. – С. 67–72.
2. Садовская, А.Г. Основные аспекты функционирования шеринговой экономики / А.Г. Садовская // Вестник современных исследований. – 2018. – 9.4(24). – С. 252–254.
3. Rinne, A. 4 big trends for the sharing economy in 2019 [Электронный ресурс]. – <https://bigthink.com/technology-innovation/4-big-trends-for-the-sharing-economy-in-2019-2627266765>
4. Botsman, R. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* / R. Botsman, R. Rogers. – HarperBusiness, 2010.
5. 10 Ideas That Will Change the World // Today's Smart Choice: Don't Own. Share // By Bryan Walsh Thursday, Mar. 17, 2011. – [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521\\_2059717\\_2059710,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html)
6. Birdsell, M. *Carsharing in a sharing economy* / M. Birdsell. // *ITE Journal (Institute of Transportation Engineers)*. – 2014. – V. 84 (4). – P. 37–40.
7. *An evolutionary trust game for the sharing economy* / M. Chica, R. Chiong, M.T.P. Adam et al. // *IEEE Congress on Evolutionary Computation, CEC 2017 – Proceedings*. – 2017. – P. 2510–2517.
8. *Trust in the sharing economy: An experimental framework* / F. Hawlitschek, T. Teubner, M.T.P. Adam et al. // *International Conference on Information Systems, ICIS 2016, December 11–14*. – Dublin, Ireland. – 2016. – P. 1–14.
9. *Technology Institute publications and videos*. – <https://www.pwc.com/us/en/industries/technology/library.html>
10. Heinrichs, H. *Sharing economy: A potential new pathway to sustainability* / H. Heinrichs // *GAI*. – 2013. – V. 22 (4). – P. 228–231.
11. Dillahunt, T.R. *The promise of the sharing economy among disadvantaged communities* / T.R. Dillahunt, A.R. Malone // *Conference on Human Factors in Computing Systems – Proceedings*. – 2015, April. – P. 2285–2294.
12. *The gig economy* // You're reading the Quartz Obsession from June 14, 2018. – <https://qz.com/emails/quartz-obsession/1304373/>
13. *Independent work: Choice, necessity, and the gig economy: Report* / J. Manyika, S. Lund, J. Bughin et al. – October 2016. – <https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/independent-work-choice-necessity-and-the-gig-economy>
14. *The Sharing Economy. Price Waterhouse Coopers*. – 2014. – <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>
15. *Pots of gold await in China's gig economy: how mobile technology is transforming the world's biggest jobs market*. – <https://www.scmp.com/tech/china-tech/article/2073048/pots-gold-chinas-gig-economy>
16. Yip, P. *How to Grow a Business in 190 Markets: 4 Lessons from Airbnb* / P. Yip. – <http://www.oneskyapp.com/blog/airbnb-global-growth/>
17. Sena, P. *How Uber is rewiring your customer's brain and what you can do about it* / P. Sena. – October 4, 2015. – <https://venturebeat.com/2015/10/04/how-uber-is-rewiring-your-customers-brain-and-what-you-can-do-about-it/>
18. Yeung, K. *3 ways brands can compete with the sharing economy* / K. Yeung. – <https://venturebeat.com/2015/10/05/3-ways-brands-can-compete-with-the-sharing-economy/>
19. Scaraboto, D. *Selling, sharing, and everything in between: The hybrid economies of collaborative networks* / D. Scaraboto // *Journal of Consumer Research*. – 2015. – V. 42 (1). – P. 152–176.

20. O'Reilly, T. *Networks and the Nature of the Firm* / T. O'Reilly. – Aug 14, 2015. – <https://wtfeconomy.com/networks-and-the-nature-of-the-firm-28790b6afdcc>
21. Ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК). Кластер Sharing Economy [Электронный ресурс]. – <https://raec.ru/clusters/sharingeconomy/>
22. ТИАР-Центр [Электронный ресурс]. – <https://tiarcenter.com/>
23. Региональная общественная организация «Центр Интернет-технологий» (РОЦИТ) [Электронный ресурс]. – <http://rocit.ru/>
24. Экономика Рунета 2017: Блок «Экономика совместного потребления» [Электронный ресурс]. – <http://raec.ru/live/raec-news/10096/>
25. Экономика совместного потребления в России 2018 [Электронный ресурс]. – <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-nov2018.pdf>
26. Гайдаренко, В.А. Экономика совместного потребления (sharing economy): монография / В.А. Гайдаренко. – М.: Эколит, 2016. – 72 с.
27. Бычков, А.И. Правовое регулирование экономики совместного потребления: монография / А.И. Бычков. – М.: Инфотропик, 2019. – 136 с.
28. Литвинов, А.М. Экономика шеринга – особый вид конкуренции или подрыв конкурентных основ рынка? / А.М. Литвинов // Оценка регулирующего воздействия: стратегическое партнерство органов власти, бизнеса и НКО: сб. науч. тр. Межд. молодежной науч.-практ. конф. – Екатеринбург: Уральский гос. экон. ун-т, 2018. – С. 149–152.
29. Тагаров, Б.Ж. Особенности глобального рынка информационных товаров / Б.Ж. Тагаров // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19, № 5. – С. 1425–1436.
30. Тагаров, Б.Ж. Проблемы развития экономики совместного потребления в России / Б.Ж. Тагаров // Российское предпринимательство. – 2019. – Т. 20, № 2. – С. 593–606.
31. Тагаров, Б.Ж. Специфика экономики совместного потребления и условия ее развития / Б.Ж. Тагаров // ЭКО. – 2019. – № 7 (541). – С. 140–155.
32. Тагаров, Б.Ж. Специфические черты новых форм производства и потребления благ в одноранговой экономике / Б.Ж. Тагаров // Экономические отношения. – 2019. – Том 9, № 2. DOI: 10.18334/eo.9.2.40728
33. Тагаров, Б.Ж. Факторы развития рынка фриланса в информационной экономике / Б.Ж. Тагаров // Креативная экономика. – 2018. – Т. 12, № 10. – С. 1703–1714.
34. Тагаров, Б.Ж. Феномен уберизации бизнеса и его границы / Б.Ж. Тагаров // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13, № 1. – С. 93–104.
35. Полухина, А.Н. Шеринг-экономика / А.Н. Полухина, А.Р. Арнабердиев // Инновационное развитие экономики. – 2019. – № 1 (49). – С. 118–122.
36. Пыхтеева, И.В. Влияние экономики шеринга на рыночные отношения; перспективы ее развития в России и мире / И.В. Пыхтеева, А.В. Виноградов // Аллея науки. – 2018. – № 7(23). – С. 172–182.
37. Еремеева, М.М. Феномен шеринговой экономики как новый многообещающий двигатель туризма в России / М.М. Еремеева, Д.А. Машьянова, А.А. Клиских и др. // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей XXI Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 242–245.
38. Граф, С.В. Шеринговая экономика и экономика: новые маркетинговые концепции в туризме / С.В. Граф, Е.А. Савельева // Череповецкие научные чтения – 2017: материалы Всероссийской научно-практической конференции: в 4-х частях / отв. ред. Е.В. Целикова. – 2018. – С. 29–30.
39. Комлева, Н.В. Smart-технологии в инновационном преобразовании общества / Н.В. Комлева, Ж.Б. Мусатова, Л.А. Данченко // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2016. – № 39. – С. 78–82.
40. Дробышева, Т.В. Экономическая социализация личности: ценностный подход: монография / Т.В. Дробышева. – М.: Институт психологии РАН, 2013. – 312 с.
41. Экономическая культура мегаполиса. Альманах Центра исследований экономической культуры факультета свободных искусств и наук СПбГУ / отв. ред. Д.Е. Расков, Д.В. Кадочников; науч. ред. А.Л. Кудрин, А.А. Погребняк, Л.Д. Широкоград. – М.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2017. – 340 с.
42. Габриелян, О.Р. Особенности развития шеринг-экономики в России / О.Р. Габриелян // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2018. – № 4 (35). – С. 36–37.
43. Головецкий, Н.Я. Фундаментальные основы экономики совместного потребления / Н.Я. Головецкий, В.В. Гребеник // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2017. – № 4 (23). – С. 21–26. DOI: 10.21777/2587-9472-2017-4-21-26
44. Кузьмина, Т.В. Социокультурный футурологический феномен совместного потребления: причины возникновения, признаки, эффекты / Т.В. Кузьмина // Вопросы теории и практики. – 2017. – № 9 (83). – С. 121–124.
45. Пыхтеева, И.В. Перспективы развития экономики шеринга и ее влияние на рыночные отношения / И.В. Пыхтеева, А.В. Виноградов // Материалы конференций ГНИИ «НАЦРАЗВИТИЕ». Август 2018: сборник избранных статей. – 2018. – С. 117–124.

46. Ставцева Т.И. Устойчивое экономическое развитие: экономика замкнутого цикла и экономика совместного потребления // *Аллея Науки*. – 2018. – № 7(23).

47. Ульянова, Н. Мистер и миссис шеринг / Н. Ульянова, Я. Аржарова // *Бизнес-журнал*. – 2015. – № 1. – С. 18–23.

48. Официальный сайт платформы BlaBlaCar [Электронный ресурс]. – <https://blog.blablacar.ru/about-us>

49. Как недорого и быстро арендовать жильё на Airbnb [Электронный ресурс]. – <https://spiritrelax.ru/renting-airbnb/>

50. Официальный сайт Яндекс.Такси [Электронный ресурс]. – <https://taxi.yandex.ru/about/>

**Шилоносова Наталья Васильевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономическая теория, региональная экономика, государственное и муниципальное управление», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), [shilonosovanv@susu.ru](mailto:shilonosovanv@susu.ru)

**Бутрина Юлия Владимировна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансовые технологии», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), [butrinauy@susu.ru](mailto:butrinauy@susu.ru)

Поступила в редакцию 28 ноября 2019 г.

DOI: 10.14529/em190417

## ANALYSIS OF ONLINE PLATFORMS DEVELOPMENT IN CONDITIONS OF SHARING ECONOMY

**N.V. Shilonosova, Yu.V. Butrina**

*South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation*

Under modern conditions of sharing economy, which reflects new relations in the field of collaborative consumption and underlying socialization processes in this sphere of economics, online-platforms play an important role. Further development of sharing economy is due to the effective use of online platforms. Despite the growth of scientific publications on the topic and the gradual awareness of the importance of online platforms, the prospects for the development of online platforms remains unclear. The article clarifies the concept of sharing economy and its essential features, considers modern online network platforms and their classification, and identifies transport and tourism platforms such as BlaBlaCar, Airbnb, Uber, Yandex.Taxi for a survey. The analysis of the results of the survey of students of universities and colleges in Chelyabinsk in relation to the sharing economy within the process of using online platforms. It is stated that the usefulness of such online platforms is quite highly. It is revealed that online platforms are widely used, practical, efficient and have development potential, especially those of transport online platforms.

**Keywords:** sharing economy, sharing, shared consumption, online platform, BlaBlaCar, Airbnb, Uber, Yandex.Taxi, survey.

### References

1. Lyman' E.N. [Economy of Joint Consumption in Modern Russia]. *Vestnik ChelGU. Ekonomicheskie nauki* [Bulletin of CSU. Economic Sciences], 2018, no. 12 (422), iss. 63, pp. 67–72. (in Russ.)
2. Sadvskaya A.G. [Main Aspects of the Functioning of the Rank Economy ]. *Vestnik sovremennykh issledovaniy* [Bulletin of Modern Research], 2018, no. 9.4(24), pp. 252–254. (in Russ.)
3. Rinne A. *4 big trends for the sharing economy in 2019*. Available at: <https://bigthink.com/technology-innovation/4-big-trends-for-the-sharing-economy-in-2019-2627266765>
4. Botsman R., Rogers R. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. HarperBusiness, 2010.
5. 10 Ideas That Will Change the World. *Today's Smart Choice: Don't Own. Share*. By Bryan Walsh Thursday, Mar. 17, 2011. Available at: [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521\\_2059717\\_2059710,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html)
6. Birdsall M. Carsharing in a sharing economy. *ITE Journal (Institute of Transportation Engineers)*, 2014, vol. 84 (4), pp. 37–40.
7. Chica M., Chiong R., Adam M.T.P., Damas S., Teubner T. An evolutionary trust game for the sharing economy. *IEEE Congress on Evolutionary Computation, CEC 2017 – Proceedings*, 2017, pp. 2510–2517. DOI: 10.1109/CEC.2017.7969610

8. Hawlitschek F., Teubner T., Adam M.T.P., Borchers N.S., Möhlmann M., Weinhardt, C. Trust in the sharing economy: *An experimental framework*. *International Conference on Information Systems, ICIS 2016*, December 11–14, 2016. Dublin, Ireland, pp. 1–14.
9. Technology Institute publications and videos. Available at: <https://www.pwc.com/us/en/industries/technology/library.html>
10. Heinrichs H. Sharing economy: A potential new pathway to sustainability. *GALA*, 2013, vol. 22 (4), pp. 228–231.
11. Dillahunt T.R., Malone A.R. The promise of the sharing economy among disadvantaged communities. *Conference on Human Factors in Computing Systems – Proceedings*, 2015, April, pp. 2285–2294. DOI: 10.1145/2702123.2702189
12. The gig economy. *You're reading the Quartz Obsession*, from June 14, 2018. Available at: <https://qz.com/emails/quartz-obsession/1304373/>
13. Manyika J., Lund S., Bughin J., Robinson K., Mischke J., Mahajan D. *Independent work: Choice, necessity, and the gig economy*. Report. October 2016. Available at: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/independent-work-choice-necessity-and-the-gig-economy>
14. *The Sharing Economy*. Price Waterhouse Coopers 2014. Available at: <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>
15. *Pots of gold await in China's gig economy: how mobile technology is transforming the world's biggest jobs market*. Available at: <https://www.scmp.com/tech/china-tech/article/2073048/pots-gold-chinas-gig-economy>
16. Yip P. *How to Grow a Business in 190 Markets: 4 Lessons from Airbnb*. Available at: <http://www.oneskyapp.com/blog/airbnb-global-growth/>
17. Sena P. *How Uber is rewiring your customer's brain and what you can do about it*, October 4, 2015. Available at: <https://venturebeat.com/2015/10/04/how-uber-is-rewiring-your-customers-brain-and-what-you-can-do-about-it/>
18. Yeung K. *3 ways brands can compete with the sharing economy*. Available at: <https://venturebeat.com/2015/10/05/3-ways-brands-can-compete-with-the-sharing-economy/>
19. Scaraboto D. Selling, sharing, and everything in between: The hybrid economies of collaborative networks. *Journal of Consumer Research*, 2015, vol. 42 (1), pp. 152–176. DOI: 10.1093/jcr/ucv004
20. O'Reilly T. *Networks and the Nature of the Firm*, Aug 14, 2015. Available at: <https://wtfeconomy.com/networks-and-the-nature-of-the-firm-28790b6afdcc>
21. *Klaster Sharing Economy* [Association of electronic communications (RAEC). Cluster Sharing Economy]. Available at: <https://raec.ru/clusters/sharingeconomy/> (accessed 7 August 2019)
22. *TIAR-Tsentr* [TIAR-Centr]. Available at: <https://tiarcenter.com/>
23. *Regional'naya obshchestvennaya organizatsiya «Tsentr Internet-tekhnologiy» (RO-TsIT)* [[Regional Public Organization «Center of Internet technologies» (ROCIT)]. Available at: <http://rocit.ru/> (accessed 7 August 2019).
24. *Ekonomika Runeta 2017: Blok «Ekonomika sovmejnogo potrebleniya»* [The economy of Runet 2017: Block «Economy of collaborative consumption»]. Available at: <http://raec.ru/live/raec-news/10096/> (accessed 7 August 2019).
25. *Ekonomika sovmejnogo potrebleniya v Rossii 2018* [Sharing Economy in Russia 2018]. Available at: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-nov2018.pdf> (accessed 7 August 2019).
26. Gaydarenko V.A. *Ekonomika sovmejnogo potrebleniya (sharingeconomy)* [The Economy of Collaborative Consumption (Sharing Economy)]. Moscow, 2016. 72 p.
27. Bychkov A.I. *Pravovoe regulirovanie ekonomiki sovmejnogo potrebleniya* [Legal Regulation of the Economy of Joint Consumption]. Moscow, 2019. 136 p.
28. Litvinov A.M. [Sharing Economy – a Special Kind of Competition or Undermining the Competitive Foundations of the Market?]. *Otsenka reguliruyushchego vozdeystviya: strategicheskoe partnerstvo organov vlasti, biznesa i NKO* [Regulatory Control Assessment: Strategic Partnership between Government, Business, and NPOs: collection of research papers of Int. Youth Science-to-Practice Conference]. Ekaterinburg, 2018, pp. 149–152. (in Russ.)
29. Tagarov B.Zh. [Features of the Global Market of Information Products]. *Rossiyskoe predprinimatel'stvo* [Russian Entrepreneurship], 2018, vol. 19, no. 5, pp. 1425–1436. (in Russ.)
30. Tagarov B.Zh. [Problems of Joint Consumption Economy Development in Russia]. *Rossiyskoe predprinimatel'stvo* [Russian Entrepreneurship], 2019, vol. 20, n. 2, pp. 593–606. (in Russ.)
31. Tagarov B.Zh. [The Specifics of the Economy of Joint Consumption and the Conditions of its Development]. *EKO*, 2019, no. 7 (541), pp. 140–155. (in Russ.)
32. Tagarov B.Zh. [Specific Features of New Forms of Production and Consumption of Goods in Peer-to-peer Economy]. *Ekonomicheskie otnosheniya* [Economic Relations], 2019, vol. 9, no. 2. (in Russ.) DOI: 10.18334/eo.9.2.40728
33. Tagarov B.Zh. [The Factors in the Development of the Freelance Market in the Information Economy]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], 2018, vol. 12, no. 10, pp. 1703–1714. (in Russ.)
34. Tagarov B.Zh. [The Phenomenon of Business Urbanization and its Boundaries]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], 2019, vol. 13, no. 1, pp. 93–104. (in Russ.)
35. Polukhina A.N. [Sharing-economy]. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki* [Innovative Development of the Economy], 2019, no. 1 (49), pp. 118–122. (in Russ.)

36. Pykhiteeva I.V., Vinogradov A.V. [Influence of Sharing Economy on Market Relations; Prospects of its Development in Russia and the World]. *Alleya nauki* [Avenue of Science], 2018, no. 7(23), pp. 172–182. (in Russ.)
37. Eremeeva M.M., Mash'yanova D.A., Klinskikh A.A. et al. [The Phenomenon of Rank Economy as a New Promising Engine of Tourism in Russia]. *Sovremennaya ekonomika: aktual'nye voprosy, dostizheniyai innovatsii* [Modern Economy: Current Issues, Achievements and Innovations: collection of research papers of the 21st International Science-to-Practice Conference], 2018, pp. 242–245. (in Russ.)
38. Graf S.V., Savel'eva E.A. [Sequence-Economics and the Economy: a New Marketing Concept in Tourism]. *Cherepovetskie Nauchnye Chteniya – 2017* [Cherepovets Scientific Readings – 2017: materials of the All-Russian Science-to-Practice Conference: in 4 volumes], 2018, pp. 29–30. (in Russ.)
39. Komleva N.V., Musatova Zh.B., Danchenok L.A. [Smart Technologies in Innovative Transformation of Society]. *Sborniki konferentsiy NITs Sotsiosfera* [Conference collections of Sociosphere Science Publishing Centre], 2016, no. 39, pp. 78–82. (in Russ.)
40. Drobysheva T.V. *Ekonomicheskaya sotsializatsiya lichnosti: tsemnostnyy podkhod* [Economic Socialization of Personality: Value Approach]. Moscow, 2013, 312 p.
41. Raskov D.E., Kadochnikov D.V. (Eds.) *Ekonomicheskaya kul'tura megapolisa. Al'manakh Tsentra issledovaniy ekonomicheskoy kul'tury fakul'teta svobodnykh iskusstv i nauk SPbGU* [Economic Culture of the Metropolis]. Moscow, 2017, 340 p.
42. Gabrielyan O.R. [Features of Development of the Sharing Economy in Russia]. *Sotsial'no-ekonomicheskoe upravlenie: teoriya i praktika* [Social and Economic Management: Theory and Practice], 2018, no. 4 (35), pp. 36–37. (in Russ.)
43. Golovetskiy N.Ya., Grebenik V.V. [Fundamental foundations of the economy of joint consumption]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta* [MSU Vestnik (Bulletin of Moscow University)], 2017, no. 4 (23), pp. 21–26. (in Russ.) DOI: 10.21777/2587-9472-2017-4-21-26
44. Kuz'mina T.V. [Socio-cultural Futurological Phenomenon of Collaborative Consumption: Causes, Signs, Effects]. *Voprosy teorii i praktiki* [Issues of Theory and Practice], 2017, no. 9 (83), pp. 121–124. (in Russ.)
45. Pykhiteeva I.V., Vinogradov A.V. [Prospects for the Development of the Sharing Economy and its Impact on Market Relations]. *Materialy konferentsiy GNI «NATsRAZVITIE»* [Conference proceedings of “NATsRAZVITIE” (“National Development”) Humanities National Research Institute], 2018, pp. 117–124. (in Russ.)
46. Stavtseva T.I. [Sustainable Economic Development: a Closed-cycle Economy and a Sharing Economy]. *Alleya Nauki* [Avenue of Science], 2018, no. 7(23). (in Russ.) Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35415740>
47. Ul'yanova N., Arzharova Ya. [Mr. and Mrs. Schering]. *Biznes-zhurnal* [BusinessMagazine], 2015, no. 1, pp. 18–23. (in Russ.)
48. *Ofitsial'nyy sayt platformy BlaBlaCar* [Official Website Platform BlaBlaCar]. Available at: <https://blog.blablacar.ru/about-us> (accessed 5 August 2019).
49. *Kak nedorogo i bystro arendovat' zhil'e na AirBnb* [How to Rent Cheap and Fast Accommodation on AirBnb]. Available at: <https://spiritrelax.ru/renting-airbnb/> (accessed 5 August 2019).
50. *Ofitsial'nyy sayt Yandex.Taksi* [The Official Website of Yandex.Taxi]. Available at: <https://taxi.yandex.ru/about/> (accessed 5 August 2019).

**Natalya V. Shilonosova**, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Economic Theory, Regional Economics, and State and Municipal Government, South Ural State University, Chelyabinsk, [shilonosovanv@susu.ru](mailto:shilonosovanv@susu.ru)

**Yuliya V. Butrina**, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Financial Technology, South Ural State University, Chelyabinsk, [butrinayv@susu.ru](mailto:butrinayv@susu.ru)

*Received November 28, 2019*

#### ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Шилоносова, Н.В. Анализ развития онлайн-платформ в условиях шеринговой экономики / Н.В. Шилоносова, Ю.В. Бутрина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2019. – Т. 13, № 4. – С. 167–179. DOI: 10.14529/em190417

#### FOR CITATION

Shilonosova N.V., Butrina Yu.V. Analysis of Online Platforms Development in Conditions of Sharing Economy. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2019, vol. 13, no. 4, pp. 167–179. (in Russ.). DOI: 10.14529/em190417