

Uberize of economy
Volkova K.
Уберизация экономики
Волкова К. М.

*Волкова Ксения Максимовна / Volkova Ksenia – студент,
кафедра анализа систем и принятия решений,
Институт «Высшая школа экономики и менеджмента»,
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
г. Екатеринбург*

Аннотация: цель статьи – анализ процессов уберизации рынка, изучение основных аспектов данного процесса и его влияния на экономику в целом. В статье затронуты положительные и отрицательные аспекты уберизации, перспективы дальнейшего ее развития.

Abstract: article purpose – the analysis of processes of an uberization of the market, studying of the main aspects of this process and its influence on economy in general. In article positive and negative aspects of an uberization, prospect of her further development are affected.

Ключевые слова: уберизация, «убер», единство бизнес-функций.

Keywords: uberization, «Uber», Unity of business functions.

В течение нескольких лет сфера услуг перетерпела в мире кардинальные изменения в связи с распространением такого явления, как «экономика совместного потребления», или «уберизация». Тема «уберизации» экономики очень обширная, стратегическая, меняющая радикально само лицо экономики, поведение ее субъектов и макропараметры. В 2009 г. Г. Кэмп и Т. Каланик создали компанию, которая достаточно быстро перевернула соотношение сил на рынке такси. Приложение Uber для смартфонов была запущено в Сан-Франциско в 2010 г. Через пять лет Uber стала международной компанией, распространившей свое действие более чем в 50 странах мира, с оценочной капитализацией около \$62,5 млрд.[1] В декабре 2014 г. М. Леви, глава французской медиагруппы Publicis, во время интервью Financial Times впервые произнес слово «уберизация», которое и обозначило один из главных трендов 2015 г. Б. Тебуль, автор книги «Уберизация: разорванная экономика», раскрывает этот термин как «процесс, когда стартап при помощи цифровой платформы соединяет клиентов и предприятия» [1].

Таким образом, «убер», как производное «уберизации», – это сервис на определенном рынке, который координирует деятельность независимых агентов в реальном масштабе времени, основываясь, в первую очередь, на информационных и телекоммуникационных технологиях, выстроенных по единым правилам, а также руководствуясь принципами добровольности участия и взаимной выгоды. Цель его – обеспечить максимально эффективную связку «потребность–возможность» за определенное вознаграждение. Само же вознаграждение ограничивается, во-первых, требованием очевидной полезности для участников рынка, а во-вторых — отсутствием монополии на «убер-услуги».

В целом, эффективность процесса уберизации экономики выражается, прежде всего, в том, что данный сервис [2]:

- снижает транзакционные издержки своих клиентов путем оптимизации экономических цепочек добавленной стоимости в реальном времени, устранения непроизводительных звеньев; при этом выполняя взятые на себя процессы более эффективно, чем сам агент;

- организует единый подход ко всем участникам «убер-сервиса», балансируя интересы независимых агентов рынка;

- автоматизирует процесс, исключая участие человека.

Суть же процесса заключается именно в правильном выделении предметной области купли-продажи и единообразном ее форматировании.

В экономике процесс уберизации актуален там, где взаимодействует значительное количество агентов, и существуют попарно стыкуемые бизнес-функции, либо в достаточной степени унифицированные и принятые обществом подходы и алгоритмы действий.

Успех уберизации в трансформации рынка определен следующими моментами:

- возможностью определения эффективных «правила исполнения бизнес-функции», которые примут большинство участников рынка;

- наличием достаточного числа активных агентов, располагающих высокой ликвидностью для каждого агента в отдельности.

Рассмотрим один из примеров уберизации в сфере такси. Созданный в России «убер» Яндекс.Такси достаточно быстро аккумулировал в себе бизнес-функции поиска клиентов, полного информирования,

достижения договоренности о сделке, а также ее управления и контроля качество исполнения, увязывая их воедино.

Данный сервис только соединил через технологическую платформу водителей с пассажирами, которые смогли получить услугу быстро и в тот момент, когда она им нужна, минуя стадию поиска и выбора исполнителя.

Транзакционные издержки водителей были снижены за счет избавления от необходимости содержания структуры поиска заказов, стоимость же услуги для потребителей сформировалась на уровне средней.

По данным исследования [3], «Яндекс. Такси» втрое увеличил выручку в 2015 г. и насчитывает только в Москве более 15 тыс. машин. Так же в октябре компания приступила к тестированию своего сервиса в Новосибирске и Омске. Очевидно, что классическим таксопаркам совершенно необходимо менять формат работы, чтобы составить конкуренцию агрегаторам, иначе они просто исчезнут как класс. Помимо выше изложенного, данный процесс стал оказывать влияние на всю транспортную систему в целом: режимы потребления сервисов общественного транспорта, ситуацию на дорогах; на изменение поведения жителей, касающегося изменений в режимах и формате предоставления и потребления городских услуг.

Роль государства в данной сфере – это только стимулирование и поддержание проектов такого рода, использование накопленных ими знания для управления отраслями.

Таким образом, «уберизация» экономики – это тот самый процесс проникновения информационных технологий на все рынки, который призван кардинально изменить систему экономических связей, планирования, производства и потребления. Это стратегическая перспектива.

Российское государство пока только стремительно приближается к эпохе локальных уберсистем. Данный процесс уже нельзя остановить, остается только попытаться правильно им управлять. Другим ярким примером уберизации российской экономики могут служить сервисы по доставке фермерских продуктов. Как правило, они объединяют несколько небольших фермерских хозяйств, которым не выгодно самостоятельно заниматься поиском покупателей, разработкой и контролем системы логистики, организацией приема электронных платежей и многим другим, что берет на себя агрегатор. Единственный вопрос, который может возникнуть у покупателя, — это качество предлагаемых продуктов. На сегодняшний день в России отсутствует система экологической сертификации, необходимая фермерским продуктам, поэтому предприниматели разработали собственные критерии оценки товара, которым неуклонно следуют. На сайте кооператива можно подробно прочитать про стандарты качества, но верить им или нет — собственное решение покупателя, как, впрочем, в любой бизнес-схеме, из которой исключается посредник.

Количество стартапов, работающих по принципу совместной экономики, не поддается подсчетам. Они могут навсегда изменить глобальный рынок услуг. Так, согласно исследованию JP Morgan Chase Institute, «уберизация» способна увеличить доходы граждан, работающих с данными сервисами, в среднем на 15%.

Тотальному же распространению уберизации противятся те компании-конкуренты, которые работают по традиционной бизнес-модели, и власти. Так, директор Московского транспортного союза Ю. Свешников считает, что агрегаторы пользуются пробелами в законодательстве для получения преимуществ на российском рынке такси. Юридически деятельность «Яндекс. Такси» и GetTaxi в сфере таксомоторных перевозок не выстроена, ответственность за качество и безопасность услуги ничем не гарантируется, при этом по факту занимаются демпингом цен на перевозки на фоне роста цен на содержание автомобилей. Крупные же таксомоторные компании, имеющие собственный парк автомобилей и вложившие огромные средства в собственные диспетчерские, несут экономические и репутационные убытки.

В результате, «уберизация» с трудом укладывается в рамки действующих законов. Так, сервис такси Uber попадает под запрет в разных странах, например, в Испании и Таиланде, так как он не несет ответственность за качество перевозок.

Сегодня создать убер-платформу возможно практически в любом сегменте экономики — тренд набирает обороты во всем мире и, по мнению многих экспертов, задает тон для формирования экономики будущего: добровольной, абсолютно рыночной, беспрецедентно открытой и работающей исключительно на системе саморегуляции, исключая ненужных посредников в лице чиновников, бюрократии и неповоротливой государственной машины. Однако не стоит забывать, что с развитием и повсеместным внедрением IT-технологий все бизнес-процессы неумолимо ускоряются. Любые инновации временны: необходимо постоянно придумывать что-то новое, чтобы шагать в ногу со временем и оставаться на плаву. Лидерство в сфере уберизации непрочно – обязательно найдется кто-то, кто сделает общение пассажира и водителя еще проще и удобнее [4].

Литература

1. Исследования. Раздвигая границы: результаты глобального опроса руководителей высшего звена // РБК. № 1, 2016.
2. Левин К. Убить посредников // Московский комсомолец. № 27061. 23.03.2016. С. 21–25.
3. Сарханянц К. О. Всеобщая «уберизация» // Коммерсант. № 32. 26.02.2016. С. 13.
4. Уберизация экономики // Свой бизнес. 20.10.2015. С. 16.
5. <http://www.rbc.ru/business/28/12/2015>, РБК, Журнал (дата обращения 28.12.2015).