

предприятий практически отсутствуют организационные, экономические и психологические преграды для реализации принципов взаимозаменяемости и взаимопомощи между работниками-родственниками, передачи знаний и опыта от поколения к поколению. Специфика данных межличностных отношений способствует мобилизации подростков и пенсионеров, а также инвалидов, то есть членов семьи с ограниченной трудоспособностью. Как следствие часть нагрузки с полноценных работников снимается. Это поднимает общую производительность, благотворно способствует развитию семейной компании в целом.

Таким образом, кроме практической целесообразности, вовлечение членов семьи с ограниченным трудовым потенциалом в семейное предпринимательство играет и нравственную роль, поскольку дает возможность инвалидам и лицам пенсионного возраста продолжать вести активный образ жизни, удовлетворять естественную потребность в труде, увеличивая семейный доход.

Необходимо особо отметить востребованность развития института семейного предпринимательства, чувствительного к изменениям рыночной конъюнктуры и быстро подстраивающегося под спрос, в условиях стратегии импортозамещения и санкционных войн. В промышленной отрасли семейные компании открыты для освоения и апробации новых технологий.

Таким образом, на сегодняшний день семейное предпринимательство может успешно

функционировать в сферах сельского хозяйства, торговли, бытового обслуживания, ремесленного производства, посреднической деятельности, строительного и промышленного производства, инновационных и конструкторских разработок. Кроме того, небольшие семейные предприятия могут быть интегрированы в более крупные компании.

Анализируя экономическую ситуацию в современной России, можно сделать вывод о возрастающей роли семейного предпринимательства как важнейшего стратегического инструмента, способного обеспечить экономический рост, повышающего эффективность принимаемых инициативных экономических действий и национального благосостояния в целом, воздействуя тем самым на проблему бедности.

#### Литература

1. Календжян С.О., Волков Д.А. Семейное предпринимательство: анализ российской практики // Российский внешнеэкономический вестник. 2011. № 9. С. 17–29.
2. Муханова А.Е., Умирзакова М., Смагулова Ж.Б., Берикболова У.Д. Особенности развития семейного бизнеса как формы предпринимательства // Фундаментальные исследования. 2015. № 11. С. 1210–1214.
3. Савина Т.Н., Щанкина Т.В. Развитие семейного предпринимательства как способ борьбы с бедностью // Консенсус. 2014. № 11.
4. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. СПб.: Азбука, 2009. 256 с.

## Особенности функционирования сферы услуг в сетевой экономике на примере Uber

Г. ГИМРАНОВ

В последние несколько лет на мировом и российском рынке услуг наблюдается бурный рост количества структур, работающих в условиях сетевой экономики. Такие сайты, как AirBnb или YouDo, позволяют пользователям размещать информацию о сервисах и услугах,

которые могут быть предоставлены другим участникам сообществ соответствующих структур. Обычно подобные сайты функционируют как открытые торговые площадки, где участники сами устанавливают цены и выбирают, от кого принять заказ.

Гимранов Герман Артемович, аспирант Башкирского государственного университета. E-mail: ggimranov@yandex.ru

Сервис Uber стал одним из лидеров сетевой экономики. Компания Uber была основана в 2009 г. в США. Uber связывает водителя (то есть любого человека, имеющего автомобиль), который готов принимать заказы на перевозку, с клиентом, который хочет совершить поездку. В отличие от типовой службы такси Uber не владеет собственными автомобилями и не трудоустраивает водителей на постоянную или временную работу. Водители в Uber являются «партнерами»: они водят собственные автомобили и сами решают, когда работать. Uber устанавливает стоимость поездки в зависимости от времени и расстояния поездки. Во время высокого спроса Uber использует специальный «пиковый коэффициент» и увеличивает стоимость поездки на определенную величину. Такая политика объясняется двумя причинами. Во-первых, это уменьшает спрос, поскольку часть пользователей отказывается от намерения совершить поездку ввиду увеличения цены. Соответственно, время ожидания для оставшихся клиентов сокращается. Во-вторых, увеличивается выгода для водителей, таким образом, происходит стимулирование потенциальных водителей принимать заказы в период возросшего спроса. Бизнес-модель Uber стала настолько широко распространенной, что даже появился термин «уберизация» [3].

На сегодняшний день Uber доступен в более чем в 600 городах в 80 странах. В России Uber доступен в крупнейших по населению городах и городских агломерациях: Москве и ближайшем Подмосковье, Санкт-Петербурге, Сочи, Казани, Уфе, Екатеринбурге, Самаре, Краснодаре, Красноярске, Ростове-на-Дону, Челябинске, Новосибирске, Нижнем Новгороде и Омске. В Сан-Франциско – городе, где впервые был запущен Uber, почти 80 % поездок на «такси» совершается через Uber.

Uber предоставляет платформу, которая связывает потенциальных пассажиров с потенциальными водителями в реальном времени. Водители используют специальное водительское приложение для смартфонов, чтобы с его помощью обозначить свое желание принимать заказы на перевозку. Пассажиры же используют специальное клиентское приложение для смартфонов, чтобы заказать поездку и узнать ее цену. Система Uber направляет запрос пассажира к ближайшему водителю. После завершения поездки система автоматиче-

чески списывает стоимость поездки с банковской карты пассажира. 20 % от цены поездки поступает в Uber, остальное идет водителю.

Uber позволяет выбирать класс автомобиля в зависимости от тарифа. Например, тариф «UberX» соответствует обычному автомобилю в кузове типа «седан», а тариф «UberBLACK» соответствует автомобилю бизнес-класса. Стоимость проезда обычно складывается из нескольких составляющих: минимальный начальный тариф (за подачу автомобиля), стоимость за километр пути, стоимость за минуту пути, налоги и «чаевые» (на усмотрение клиента). Минимальный начальный тариф, а также тарифы за километр и минуту пути меняются в зависимости от тарифа. Известно, что «пиковый коэффициент» меняется в зависимости от местоположения пользователя, погоды, пробок на дорогах. Значение «пикового коэффициента» меняется каждые 3–5 минут.

Мобильное приложение Uber показывает разную информацию для пассажиров и водителей. В клиентском приложении отображается карта с ближайшими к пользователю автомобилями (на основе данных о геолокации смартфона), а также ориентировочное время ожидания автомобиля.

В приложении же для водителей отображается карта, на которой разными цветами обозначены области, соответствующие повышенному значению «пикового коэффициента». Таким образом, Uber стимулирует водителей ехать в области повышенного спроса [4].

Судя по данным из открытых источников, капитализация компания Uber растет каждый год существенными темпами. Увеличивается количество водителей-«партнеров», растет число клиентов. Как уже было сказано, в некоторых городах до 4 и 5 поездок на «такси» совершается через Uber. Чем же объясняется столь высокая популярность этого сервиса? В данном исследовании попытаемся ответить на этот вопрос и рассмотрим основные факторы, оказывающие влияние на предпочтение потребителей при переходе от классических служб такси к заказу машины через приложение в смартфоне.

Для начала необходимо еще раз напомнить, что, как уже было отмечено в начале, Uber является частным случаем сетевой экономической структуры. Термин «сетевая

экономика» трактуется как среда, в которой любая компания или индивид, находящиеся в любой точке экономической системы, могут контактировать легко и с минимальными затратами с любой другой компанией или индивидом по поводу совместной работы, для торговли, для обмена идеями и ноу-хау или просто для удовольствия. Сетевая форма организации экономики – это совершенно иная форма экономических взаимоотношений, которая начинает вытеснять иерархические формы из обслуживания экономических отношений в обществе.

Uber, как и любому сетевому благу, присущи следующие особенности экономии на масштабе. Во-первых, если для обычных благ эффект экономии на масштабе производства действует постепенно и линейно (небольшие капиталовложения дают небольшие прибыли – большие капиталовложения дают большие прибыли), то сети увеличивают ценность по экспоненте (небольшие вложения усиливают друг друга, и ценность нарастает с возрастающей скоростью). Во-вторых, эффект экономии на масштабе производства для обычного блага – это результат деятельности одной крупной фирмы, сумевшей достичь его, а сеть – дает возможность небольшим, но многочисленным пользователям (фирмы, посредники, потребители благ) получить существенный прирост полезности, причем как раз множественность хозяйствующих единиц – условие возникновения эффекта экономии на масштабе производства в данном случае.

Следует обратить внимание еще на одну из особенностей сетевых благ: возникновение явления, близкого по своей сути к эффекту экономии на масштабе производства – распространении сетевых внешних эффектов, когда мы встречаемся с возрастающей доходностью для потребителей: каждый дополнительный пользователь сетевым благом увеличивает полезность для других индивидов.

С возникновением сетевых внешних эффектов для потребителей происходит наращивание ценности самой сети, причем процесс этот идет нелинейно. Сеть должна достичь критической массы, чтобы обладать ценностью, но малые местные сети, соединенные вместе в одну большую сеть, начинают в умноженном размере наращивать свою ценность.

Накопление критической массы, то есть такого количества участников, после которого присоединение к сети становится выгодным, существенно для дальнейшего распространения сетевых внешних эффектов [2].

Переходя к частностям и говоря о преимуществах Uber по сравнению с обычными службами такси, нужно отметить следующее. Первое – вызов автомобиля с помощью приложения в смартфоне зачастую гораздо удобнее для потребителя, чем необходимость созваниваться с диспетчером. Приложение дает пользователям реальную оценку времени прибытия машины. И, как только вызов сделан, клиент получает возможность в реальном времени отслеживать ее местоположение. Этот способ гораздо приятнее, нежели классический, когда приходится заказывать такси и ждать его прибытия неопределенное время, ничего не зная о том, где оно едет.

Кроме того, период ожидания машин становится меньше по мере увеличения их числа. Чем больше водителей на дороге, тем ближе они к каждому конкретному клиенту – следовательно, и время ожидания сокращается. Это создает замкнутый цикл: рост числа машин улучшает качество обслуживания, что, в свою очередь, привлекает новых клиентов. А большое число клиентов притягивает новых водителей. Короче говоря, Uber расширяет рынок перевозок, а не просто отхватывает долю у классических служб такси.

Похожая динамика наблюдается и в группе водителей. С ростом числа клиентов водителям приходится меньше ездить «пустым» до следующего пассажира. Кроме того, обширный рынок помогает сгладить колебания спроса, уменьшая время простоя до следующего вызова. В результате вместе с ростом сети Uber ее водители получают возможность больше зарабатывать в единицу времени [1].

Однако несмотря на высокую популярность сервиса в городах присутствия, Uber сталкивался и продолжает сталкиваться с различными проблемами и препятствиями при «входе» в новые города и локации. Часть из них связана с «естественными» причинами. В маленьких городах это в первую очередь небольшая численность населения. Кроме того, физические размеры определенных населенных пунктов (площадь, протяженность) тако-

вы, что необходимость в использовании транспортного средства возникает крайне редко. Также немаловажным фактором в условиях российских реалий является достаточно низкий уровень доходов населения таких небольших городов, в связи с чем поездку даже по самому экономному тарифу Uber может позволить себе крайне незначительный процент горожан. Таким образом, накопления критической массы, о которой шла речь выше, не происходит.

Другим важным аспектом, ограничивающим, а в ряде случаев даже препятствующим развитию Uber, является государственное регулирование этого сервиса. Основные претензии связаны с обвинениями в недобросовестной конкуренции, в ряде городов вылившиеся даже в крупные забастовки таксистов. В некоторых городах (например, Германии) и даже странах (например, на территории всей Индии) деятельность Uber вообще запрещена. Связано это с тем, что водителями в Uber, как уже было отмечено, являются не только «профессиональные» таксисты, но обычные граждане с собственным автомобилем. Это, по мнению представителей регулирующих структур, может влиять на безопасность поездки.

Тем не менее, несмотря на трудности и ограничения, Uber продолжает развиваться. Как уже было отмечено в начале, начиная с конца 2013 года Uber только в России «пришел» в 17 наиболее крупных городских агломераций. Это, в свою очередь, способствовало тому, что в частности в Москве за последние 3 года цены на такси упали почти на 30 %, так как классические службы вынуждены были снижать тарифы с целью повышения конкурентного потенциала. Жители крупных городов часто предпочитают отказываться от поездки на личном автотранспорте в пользу поездки на Uber, поскольку экономят при этом и деньги на топливо, и время на поиск парковки. Снижается трафик на дорогах, а среднее время, проведенное в поездке, сокращается.

Помимо привычной автотранспортной сферы, Uber расширяется и на другие рынки перевозки пассажиров. К примеру, в Стамбуле

успешно работает сервис UberBOAT, где возможно в качестве такси использовать катер для пересечения пролива Босфор. Аналогичный сервис в тестовом режиме уже запущен в Санкт-Петербурге. В Бразилии готовится к запуску такси-вертолеты. В планах запуск грузовых перевозок по всему миру.

Таким образом, «уберизация» и сетевые экономические структуры способствуют развитию и демократизации классических потребительских сервисов. Ввиду высокой эффективности использования ресурсов (практически бесперебойной загруженности техники, оптимальному маршруту следования, а значит, и оптимальному потреблению топлива), в том числе времени работы водителей, снижаются цены на транспортные услуги для конечных потребителей. Причем не только в самих сетевых экономических структурах, но и в классических сервисах, которые вынуждены конкурировать в условиях новой реальности. Как уже было отмечено, жители городов, особенно крупных мегаполисов, зачастую отказываются от поездки на личном транспорте в пользу сервиса Uber или аналогичных. Снижающийся трафик уменьшает время, проведенное в дороге. Это же, в свою очередь, способствует улучшению экологической ситуации и повышению комфортабельности городской среды.

### Литература

1. Почему Uber терпит многомиллиардные убытки [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.insider.pro/investment/2017-01-10/pochemu-uber-terpit-mnogomilliardnye-ubytki/>
2. Стрелец И.А. Сетевая экономика. М.: Эксмо, 2006.
3. Le Chen, Alan Mislove, Christo Wilson «Peeking Beneath the Hood of Uber» IMC '15 Proceedings of the 2015 Internet Measurement Conference, pages 495-508
4. Sofia Ranchordás «Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy». Tilburg Law School Legal Studies Research Paper Series No. 06/2015