

DOI: 10.29141/2218-5003-2019-10-3-9

Рынок транспортных онлайн-услуг России в условиях развития цифровой экономики

М.Д. Симонова, И.П. Мамий

Аннотация. Статья посвящена исследованию процессов, происходящих на рынке транспортных онлайн-услуг России. Особую актуальность изучение данного сегмента рынка приобретает в условиях цифровизации экономики РФ. Домашние хозяйства рассматриваются как потребители, так и производители транспортных услуг. В связи с этим выявляются особенности формирования рынка услуг; увеличение скорости обработки информации; необходимость ее оценки; дополнительные возможности для статистического учета оказанных онлайн-пиринговых услуг. В статье рассматривается специфика формирования рынка на примере онлайн-агрегатора «Яндекс.Такси» в системе экономики совместного потребления, а также определены неучтенные факторы деятельности домашних хозяйств в данном сегменте рынка, проблемы их статистического отражения для корректировки валовой добавленной стоимости. Методологической базой являются теория отраслевых рынков, концепция экономики совместного потребления, базовые положения системы национального счетоводства. В качестве методов исследования выступили: системный, экономический, структурный и сравнительный анализ, а также метод экспертных оценок. Авторами выявлено, что внедрение цифровых технологий и развитие онлайн-агрегаторов на рынке транспортных услуг России позволяет улучшить рыночное позиционирование «Яндекс.Такси», расширить базу данных для обследования неформального сектора экономики и способствует уменьшению ее доли в валовой добавленной стоимости. Появление новых цифровых продуктов на рынке транспортных онлайн-услуг принципиально меняет объемы, систему сбора и обработки данных. Возможность получения данных в режиме реального времени помогает быстрее анализировать информацию и принимать управленческие решения.

Ключевые слова: рынок онлайн-агрегаторов; неформальная экономика; экономика совместного потребления; домашние хозяйства; цифровые платформы; транспортные онлайн-услуги; прямые услуги.

JEL Classification: E21, E26, J46, L91

Дата поступления статьи: 18 марта 2019 г.

Ссылка для цитирования: Симонова М.Д., Мамий И.П. Рынок транспортных онлайн-услуг России в условиях развития цифровой экономики // Управленец, 2019. Т. 10. № 3. С. 94–103. DOI: 10.29141/2218-5003-2019-10-3-9.

ВВЕДЕНИЕ

Развитие экономики на основе ее интенсификации – одна из основных целей устойчивого развития Российской Федерации. Современным инструментом интенсификации и повышения ее эффективности является повсеместное внедрение цифровых технологий, иными словами, создание цифровой экономики.

Цифровая трансформация экономики в России основывается на быстром развитии информационно-коммуникационных технологий. Этому процессу сопутствует внедрение новых явлений, связанных с электронными услугами, таких как: электронная сделка, электронная торговля, цифровой актив, цифровая инфраструктура, цифровой продукт, цифровая трансформация экономики и др. [Мамий, 2018].

Цель статьи – исследование двух аспектов. Первый касается специфики формирования рынка транспортных онлайн-услуг на примере онлайн-агрегатора «Яндекс.Такси» в условиях цифровизации и экономики совместного потребления. Второй аспект заключается в исследовании проблем статистического отражения деятельности домашних хозяйств в данном сегменте рынка и корректировке валовой добавленной стоимости (ВДС).

Объектом исследования выступают транспортные онлайн-услуги «Яндекс.Такси» в России.

С развитием цифровой экономики в РФ широко используются цифровые платформы, которые являются посредниками между домашними хозяйствами при осуществлении пиринговых сделок по оказанию транспорт-

ных и других услуг. В связи с этим усложняются проблемы статистического учета растущих объемов новых видов взаимодействия экономических агентов, деятельность которых учитывается в национальных счетах. Как известно, система национальных счетов (СНС) является инструментом макроэкономического управления и отраслевого регулирования. Возможности корректировки ВДС расширяются в связи необходимостью отражения процессов цифровизации и появлением новых видов операций на рынках товаров и услуг, на рынках онлайн-агрегаторов. Во-первых, это связано с принятием международного стандарта СНС ООН 2008 г., который позволяет учитывать в большей степени элементы неформальной экономики и прямые операции домашних хозяйств. Во-вторых, это объясняется принятием концепции цифровой экономики, дает возможность развивать цифровые платформы, применяемые на различных рынках для оказания транспортных и прочих онлайн-услуг.

При изучении цифровизации рынков товаров и услуг появляются новые явления и тенденции в экономике и социальной сфере. Поэтому в исследовании ставятся следующие задачи:

- провести краткий обзор особенностей рынка онлайн-услуг такси России, формирования спроса и предложения на нем, его сегментации;
- выявить специфику функционирования «Яндекс.Такси» как основного агрегатора и проанализировать его рыночную концепцию;

- обобщить особенности прямых услуг домашних хозяйств в современных условиях цифровизации, осуществляемых посредством цифровых платформ;
- определить современные проявления развития цифровизации на рынках онлайн-услуг и их возможности.

Решение поставленных задач требует углубленного анализа на отраслевом уровне, на уровне регионов и экономики в целом с учетом нарастающих объемов пиринговых операций домашних хозяйств посредством цифровых платформ.

После принятия международного стандарта СНС ООН 2008 г. в рамках деятельности Росстата проводится активная работа как по совершенствованию статистической методологии СНС, так и по корректировке ВВП¹. Статистический комитет стран СНГ также разрабатывает дальнейшие рекомендации в этой области для членов Содружества².

Обширное применение новых технологий на рынке онлайн-агрегаторов влечет появление новых цифровых продуктов, что увеличивает объемы данных, изменяет систему их сбора и обработки. Возможность получения информации в режиме реального времени позволяет ускорять процесс принятия управленческих решений, использовать новые направления инновационного менеджмента, которые способствуют более быстрому и эффективно внедрению управленческих стратегий в этой области. Таким образом, как нам представляется, рынок транспортных онлайн-услуг требует более детального анализа в современных условиях цифровизации.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Исследование носит междисциплинарный характер. В связи с этим методологическая основа исследования включает теоретические положения анализа рынков товаров и услуг, концепции совместного потребления и системы национальных счетов с учетом подходов к оценке скрытой и неформальной деятельности.

Авторы опирались на теорию отраслевых рынков Гарвардской школы, которая сформировалась в 1950-е гг. Ее основоположниками стали Э. Мейсон [1939] и Дж. Бейн [1959]. Кроме того, теоретические и методологические основы направления были сформулированы в трудах Э. Чемберлина [1962] и Дж. Робинсон [1969]. Концептуальный подход школы включает три блока исследования отраслевых рынков: структура рынка, поведение фирм на нем и результативность функционирования отрасли. Эта теоретическая основа стала известна как парадигма «структура – поведение – результативность» (англ. structure – conduct – performance approach). Согласно этому подходу общественная результативность зависит от поведения продавцов и покупателей на рынке, которое, в свою очередь, определяется структурой отрасли.

¹ Федеральная служба государственной статистики. Методологические разработки Росстата. Совершенствование методологии по отраслям статистики (2010 г.). URL: http://www.gks.ru/bgd/free/meta_2010/Main.htm.

² Обзор оценок ненаблюдаемой деятельности как элемента валового внутреннего продукта стран СНГ (2008 г.). URL: <https://www.cisstat.com>.

Специфика структуры рынка онлайн-услуг такси заключается в том, что это рынок цифровых платформ, являющихся агрегаторами. К потребителям на рынке относятся две группы домашних хозяйств: те, что предоставляют свои транспортные средства и услуги, и те, что являются заказчиками и потребителями услуг такси. Такая структура рынка определяет поведение потребителей. Специфика потребителей на исследуемом рынке в том, что обе группы заинтересованы в нарастании количества пользователей данной платформы.

Барьеры входа в транспортную отрасль – наличие других видов компаний, предлагающих услуги такси. Необходимость создания критической массы глобально определяет поведение платформ на рынке. Поведение потребителей приводит к результатам, которые авторы исследуют в статье.

Изучению «совместного потребления» положено начало в 1978 г. М. Фелсоном и Дж. Спетом [1978]. Однако только в 2010 г. началось детальное исследование экономики совместного потребления, методологические основы которой представлены в монографии Р. Ботсман и Р. Рождерса. В работе определена ее структура и выделены отличительные черты [Botsman, Rogers, 2010]. Позднее в ряде трудов [Belk, 2014; Hamari, Sjöklint, Ukkonen, 2016; Böcker, Meelen, 2017] была отражена мотивация участников совместного потребления.

Отдельные сегменты экономики совместного потребления и специфика их развития рассмотрены в трудах G. Zervas, D. Proserpio, W. Byers [2017] и R. Calo, A. Rosenblat [2017]. Среди российских исследователей можно отметить работы Д.М. Антипина, Т.Г. Садовской [2016], И.В. Поповой, А.А. Хусейновой [2017], Б.Ж. Тагарова [2019] и др.

В условиях ограниченного числа теоретико-методологических исследований рынка транспортных онлайн-услуг авторы опираются на следующие актуальные российские и зарубежные исследования.

Теоретические основы исследования состояния, развития и структуры рынков товаров и услуг заложены в монографии С.П. Никитина [2002].

Современные особенности развития отрасли автомобильного транспорта в России и ее регионах отражены в трудах А.А. Тойменцевой [2014], Г.А. Кононовой и В.В. Циганова [2014]. В них показано, как в условиях внедрения ИТ происходит расширение внутренних и внешних экономических связей региона, повышение требований к уровню жизни населения, развитие «маневренности, высокой оперативности первоначальной организации перевозочного процесса». Среди выявленных проблем современного рынка исследуемых услуг авторы указывают на недостаточное внимание к развитию пассажирского транспорта общего пользования, что является основным фактором снижения качества транспортного обслуживания населения региона. Также предлагаются пути дальнейшего развития его сегментов с учетом совершенствования информационных технологий и цифровой трансформации экономики нашей страны.

Методологические разработки Росстата и Статкомитета СНГ служат для исследователей основными источниками оценки макроэкономических показателей, ненаблюдаемой деятельности, производительности труда¹ в российской экономике.

Труды российского ученого и практика Ю.Н. Иванова [2017; Иванов, Хоменко, 2017] содержат анализ проблем адаптации в России современной системы национальных счетов, макроэкономических показателей, их оценку в условиях глобализации и цифровой экономики.

Новые факторы и явления, такие как цифровизация, которые в рамках программы достижения целей устойчивого развития влияют на развитие официальной статистики и статистической методологии, рассматриваются в научной работе С.Н. Егоренко [2018]. Особое внимание автор уделяет совершенствованию методологии национальных счетов в условиях формирования цифровой экономики в России.

Исследования А.Е. Косарева [2016] посвящены трансформации методологии национальных счетов и влиянию современных аспектов развития экономики на расчет добавленной стоимости, ВВП, оценке размеров неформального сектора экономики, появлению и росту значения и объемов пиринговых операций. Особое место в работе занимает анализ влияния цифровой трансформации экономики на благосостояние населения, развития пиринговых транзакций (peer-to-peer transactions).

В публикациях А.Е. Суринова [2018] рассматривается переход официальной статистики на модернизированную технологическую основу, инструментом которой являются цифровая аналитическая платформа и основные направления измерения цифровой экономики.

В условиях цифровой трансформации экономики особый научный интерес представляют изучение неформальной занятости и способы оценки теневой экономики. В частности, в работе О.Д. Воробьевой, А.В. Топилина и В.С. Чухнина [2018] представлена оценка теневой занятости на основе метода баланса трудовых ресурсов во всех отраслях экономики России, в том числе в транспорте.

Актуальные периодические издания ОЭСР² содержат четкие определения цифровизации, описывают ее проявления в современных условиях развития глобализации, технологий, направления ее влияния на рынки, новые бизнес-модели, деятельность ТНК, экономический рост, занятость и производительность.

В разработках экспертов ОЭСР [Ahmad, Schreyer, 2016] выявлены проблемы статистической методологии расчета ВВП, которые возникают вследствие развития цифровизации в области пиринговых операций, проблемы благосостояния населения, финансового посредничества и пр., что используется в статье для определения вклада домашних хозяйств в создание добавленной стоимости с учетом прямых операций.

¹ Обзор оценок ненаблюдаемой деятельности как элемента валового внутреннего продукта стран СНГ (2008 г.). URL: <https://www.cisstat.com>.

² OECD Digital Economy Outlook 2015. Paris: OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264232440-en>.

В работе использованы подходы S. Chowdhury, A. Ceder, B. Veltu [2014], которые исследовали особенности применения данных цифрового агрегатора Google в целях оптимизации управления на транспортных рынках онлайн-услуг в крупных городах Европы и Новой Зеландии.

Авторы статьи также опираются на исследование W. Skok, S. Baker [2018, p. 243], где выявляются такие проблемы и последствия применения онлайн-агрегатора Uber в Лондоне, как статус занятости водителей, влияние мобильных приложений для вызова такси, необходимость пересмотра бизнес-стратегий в управлении рынком транспортных услуг.

Информационной основой исследования служат официальные статистические базы данных Росстата, ОЭСР. Базы данных ОЭСР (OECD) содержат ряды динамики системы показателей деятельности сектора домашних хозяйств, ВВП, ВДС, необходимые для расчетов и анализа данных. Информационные сайты компаний, на которых регулярно публикуются отчеты, являются источниками информации о текущей деятельности компании «Яндекс».

Методами исследования, применяемыми в статье, выступают: системный, экономический, структурный и сравнительный анализ, а также метод экспертных оценок.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ СТАТИСТИЧЕСКОГО УЧЕТА НОВЫХ ЯВЛЕНИЙ В РАЗВИТИИ РЫНКОВ

В современных условиях цифровизации последний стандарт СНС ООН 2008 г. расширяет возможности учета ненаблюдаемой деятельности, возникающей на различных рынках. Для систематизации проблем современной методологии национальных счетов и секторального учета добавленной стоимости необходимо дать определение цифровой экономики и экономики совместного потребления, являющихся важнейшими факторами интенсивного развития информационного общества. «Цифровая экономика сейчас пронизывает бесчисленные аспекты мировой экономики, воздействуя на такие разнообразные отрасли, как банковская, розничная торговля, энергетика, транспорт, образование, издательское дело, СМИ или здравоохранение. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) преобразуют способы социального взаимодействия и личные отношения, при этом происходит конвергенция стационарных, мобильных и вещательных сетей, аппаратов и предметов, все больше подключенных друг к другу для формирования Интернета вещей»³. Цифровая экономика распространилась на все сферы жизни, постоянно ее трансформирует. Эти особенности должны быть адекватно отражены в современной статистической методологии.

Большинство признаков экономики совместного потребления касаются сделок в неформальной экономике, т. е. операций между предприятиями, не являющимися юридическими лицами. Важна также роль посреднических услуг.

³ OECD Digital Economy Outlook 2015. Paris: OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264232440-en>.

На данном этапе проблема заключается в совершенствовании современных статистических инструментов по фиксации платежей за посредничество, взимаемых новыми цифровыми посредниками, зарегистрированными на территории конкретной страны. «Поэтому в рамках традиционных исследований бизнеса их деятельность нужно учитывать в СНС так же, как и других зарегистрированных организаций. Если субъекты не зарегистрированы на национальной территории и сделки между домохозяйствами и посредником являются трансграничными, то могут возникнуть другие сложности (являющиеся типичными для экономики обмена)» [Ahmad, Schreyer, 2016].

Исследование особенностей функционирования онлайн-агрегаторов такси в России приводит к выводу о необходимости уточнения расчета валовой добавленной стоимости с различных позиций: во-первых, проведения специального учета оборотов онлайн-агрегаторов такси, во-вторых, оценки растущей теневой численности таксистов, в-третьих, оплаты их труда, в-четвертых, создаваемой ими добавленной стоимости, в-пятых, размера их коммиссионных платежей электронным посредникам.

Рост объемов прямых (пиринговых) услуг обусловлен как возможностями, предоставляемыми интернет-посредниками для снижения входных барьеров рынков и минимизации рисков (для поставщиков и производителей соответствующих услуг), так и резким увеличением вычислительных мощностей, а также получением потребителями доступа к широкополосной сети. Например, «в период с 2012 по 2013 г. использование смартфонов в странах ОЭСР выросло на 30 %, достигнув 73 % в Корею и составив в среднем по странам почти 50 % в 2013 г». Население применяет свои смартфоны в разнообразных целях, и интенсивность их использования только растет. «...Смартфоны используются для поиска в Интернете, работы с почтой или посещения социальных сетей. Растет также использование смартфонов с целью получения доступа в онлайн-банк, совершения мобильных покупок, поиска работы...», заказа такси. «Многие из этих задач осуществляются через мобильные приложения. В последнее время стали появляться популярные мобильные приложения для планирования путешествий и осуществления покупок, что свидетельствует о растущем влиянии цифровых услуг через мобильные приложения»¹.

Особую роль в экономике совместного потребления играют посредники при взаимодействии незарегистрированных поставщиков услуг (как правило, самозанятых) и домохозяйств (потребителей), которые участвуют в оказании транспортных, деловых и других услуг.

Домашние хозяйства, как потребители, так и производители услуг такси, связаны между собой посредством электронных платформ-агрегаторов. Услуги оказывают и зарегистрированные, и неформальные водители. Они в свою очередь могут пользоваться как собственными транспортными средствами, так и арендованными. Заре-

гистрированные таксисты действуют как юридические лица, поэтому объемы их выпуска, добавленной стоимости и дохода подлежат прямому статистическому учету и не представляют проблем для расчета ВДС.

Такие показатели, как выпуск, добавленная стоимость транспортных услуг, доходы неформальных водителей (скрытая занятость, самозанятость) и их численность, относятся к ненаблюдаемой экономике. Объем созданной добавленной стоимости неформальными водителями, их выплаты онлайн-агрегаторам такси, обороты таких агрегаторов представляют интерес с разных точек зрения. Во-первых, с точки зрения рыночного позиционирования, продвижения товарной марки онлайн-такси, во-вторых, – повышения качества и скорости оказания услуг, и, в-третьих, – изучения неформальной деятельности сектора домашних хозяйств для оценки ненаблюдаемой экономики и ее учета в целях корректировки расчета ВДС.

ПРЯМЫЕ ОПЕРАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Масштабы и темпы внедрения цифровых технологий влияют на способы управления компаниями, на взаимодействие домашних хозяйств-потребителей с компаниями и друг с другом. В связи с этим производители товаров и услуг могут усовершенствовать производственные процессы и получить доступ к новым рынкам. Создаются компании и новые способы ведения бизнеса, возникают возможности для вывода их прибыли за границу. Меняется роль потребителя, поскольку домашние хозяйства все чаще участвуют в посреднических услугах, которые размывают разницу между чистым потреблением и совместным производством (participative production) – производством на основе участия широкого круга лиц [Ahmad, Schreyer, 2016].

Быстрое развитие технологий как проявление развития цифровой экономики приводит к появлению новых форм посредничества, предоставления услуг и потребления. К ним можно отнести электронные платформы, которые облегчают прямые (пиринговые, peer-to-peer) транзакции между физическими лицами (потребителем и потребителем, consumer-to-consumer) [Косарев, 2016, с. 14].

Одновременно интенсивно распространяются «бесплатные» медиауслуги, финансируемые за счет рекламы и больших данных (Big Data), развиваются новые виды деятельности, такие как краудсорсинг (crowd sourcing), растут объемы интернет-коммерции, наблюдается рост категории «периодически самозанятого» населения и др.

В условиях развития экономики совместного потребления к пиринговым сделкам домашних хозяйств можно отнести оказание услуг по аренде жилья (P2P арендные сделки), в России они осуществляются посредством платформ ЦИАН, «Островок» и др.; транспортные и деловые услуги – предоставление услуг такси (часто нелегализованных) Uberpop, в России также Yandex Taxi, GETT и др.

Наблюдается рост объемов таких услуг распределения, как продажа подержанных или новых товаров [Ahmad, Schreyer, 2016] (например, на блошиных рынках и через доски объявлений Carprice, «Авито» и др.).

¹ OECD Digital Economy Outlook 2015. Paris: OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264232440-en>.

На этом рынке есть много других операторов, таких как TaskRabbit в США, которые помогают обеспечить многовариантность и доступ к рынкам деловых и транспортных услуг для самозанятых в различных видах деятельности. В определенной степени российским аналогом американской платформы является агрегатор CONSTART.

В последние годы развивается рынок краудфандинга и прямого кредитования (peer-to-peer lending) как новых источников альтернативного финансирования.

Нужно подчеркнуть, что такие интернет-посредники, как платформа E-Bay, начали предоставлять подобные посреднические услуги значительно раньше. Основные транзакции, которые определяют новые аспекты экономики совместного потребления, появились уже давно.

РЫНОК ОНЛАЙН-УСЛУГ ТАКСИ РОССИИ И «ЯНДЕКС.ТАКСИ»

Мировой рынок онлайн-услуг сформировался и развивается интенсивными темпами благодаря развитию интернет-технологий, мобильных приложений, распространению совместного потребления (collaborative consumption) и экономики совместного потребления (sharing economy). В условиях глобализации на мировом рынке онлайн-услуг такси предложение в основном формирует крупнейшая транснациональная транспортная интернет-компания Uberpor. Продвижение некоторых видов пиринговых услуг осуществляется и другими операторами. Например, электронная платформа США TaskRabbit является посредником между агентами, формирующими спрос и предложение. Она взимает с производителя услуги тариф в размере 20 %.

Спрос и предложение на рынке онлайн-агрегаторов такси России, как и в сегменте мирового рынка, растут быстрыми темпами. Например, в Москве по состоянию на ноябрь 2018 г. число поездок такси составляло 760 тыс. ежедневно. По официальному прогнозу компании UBS, опубликованному Росбизнесконсалтинг в 2017 г., к 2022 г. емкость рынка за пять лет должна вырасти более чем в восемь раз и составить более 1 трлн р. (рис. 1).

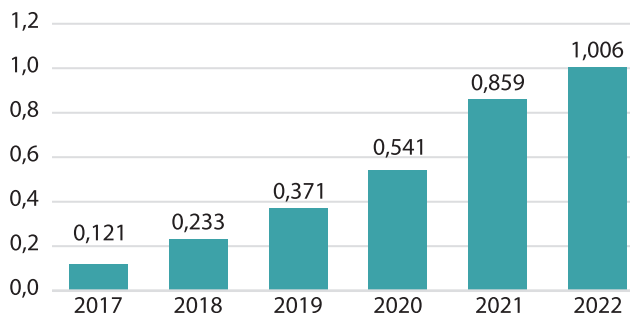


Рис. 1. Объем рынка онлайн-агрегаторов такси России, трлн р.¹
Fig. 1. Market volume of online taxi aggregators in Russia, trillion rubles

С точки зрения организационной структуры рынка (рис. 2) крупнейшей площадкой – агрегатором транспортных онлайн-услуг такси является компания «Яндекс». Это

¹Источник: Прогноз UBS, РБК (2017). URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/27/07/2017/597894089a7947dc52200ce1.

российская транснациональная компания, зарегистрированная в Нидерландах и владеющая одноименной системой поиска в сети, интернет-порталами и службами в нескольких странах. Наиболее заметное положение она занимает на рынках России, Турции, Белоруссии и Казахстана.

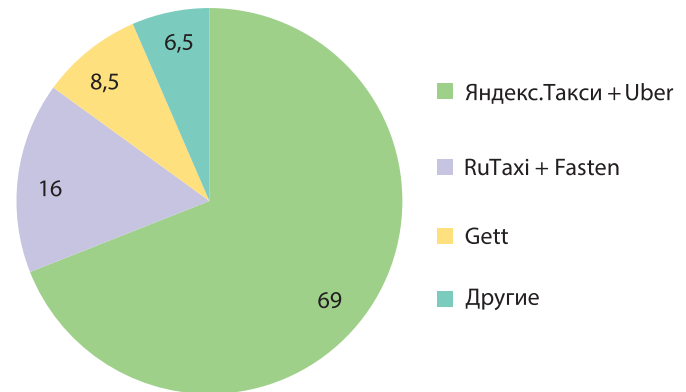


Рис. 2. Структура рынка онлайн-агрегаторов России в 2017 г., %
Fig. 2. Market structure of online aggregators in Russia in 2017, %

«Поисковая система Yandex.ru является четвертой среди поисковых систем мира по количеству обрабатываемых поисковых запросов (свыше 6,3 млрд в месяц на начало 2014 г.)» [Соколов-Митрич, 2014, с. 28]. По состоянию на 12 июня 2018 г., согласно рейтингу Alexa.com, сайт Yandex.ru по популярности занимает 23-е место в мире и 2-е – в России³. В мае 2018 г. в поисковой системе «Яндекс» зарегистрирован 51 млн пользователей.

«Yandex.ru официально функционирует с 1997 г., сначала развиваясь в рамках компании CompTek International, и с 2000 г. – как отдельная компания «Яндекс». В мае 2011 г. проведено первичное размещение акций. В 2007 г. после реструктуризации «Яндекса» материнской компанией становится нидерландская Yandex N.V., по состоянию на июль 2017 г. ее капитализация составила 10,73 млрд дол. (биржа Nasdaq)»⁴.

В соответствии с официальной финансовой отчетностью компании (см. таблицу) в 2017 г. выручка «Яндекса» превысила 94 млрд р., увеличившись на 24 % относительно 2016 г. Чистая прибыль повысилась на 28 % до 8,7 млрд р. В структуре выручки компании большую часть занимают доходы от деятельности в таких сегментах, как интернет-реклама, «поиск и портал», «Яндекс.Маркет», электронная коммерция. Продажи рекламы в сети составляют важное направление деятельности. Удельный вес онлайн-услуг такси в структуре выручки составил в 2016 г. 3 %, в 2017 г. – 5,2 %, в 2018 г. – 15,1 %⁵.

Рыночная концепция компании «Яндекс.Такси» позволила ей стать лидером в онлайн-сегменте России и занимать в нем долю 72,1 %. С момента запуска сервиса в 2011 г. по сентябрь 2018 г. через «Яндекс.Такси» суммар-

²Источник: Прогноз Credit Suisse, РБК (2017). URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/27/07/2017/597894089a7947dc52200ce1.

³Alexa. URL: <https://www.alexa.com/siteinfo/yandex.ru>.

⁴Официальная отчетность компании «Яндекс», 2018–2019 гг. URL: <https://yandex.ru/company/prospectus>.

⁵Там же.

Основные финансовые показатели компании «Яндекс» (Yandex N.V.)
The main financial indicators of Yandex (Yandex N.V.)

Некоторые показатели деятельности компании	2016			2017			2018		
	Млн р.	Темп прироста, % к 2015 г.	Структура, %	Млн р.	Темп прироста, % к 2016 г.	Структура, %	Млн р.	Темп прироста, % к 2017 г.	Структура, %
Общая выручка (revenue), в том числе:	75 926	27	100	94 054	24	100	127 657	36	100
такси	2 313	135	3,0	4 891	111	5,2	19 213	293	15,1
электронная коммерция	4 718	39	6,2	4 968	5	5,3	1 697	-66	1,3

Источник: Smart-lab.ru. URL: <https://smart-lab.ru/q/YNDX/f/y/>; официальная отчетность компании «Яндекс». URL: <https://yandex.ru/company/prospectus>.

ное число поездок составило 335 млн. Самый большой рост выручки компания продемонстрировала в 2017 г. Это связано с расширением ассортиментной политики компании, в результате которой «Яндексом» был приобретен сервис доставки еды Foodfox. Рыночное продвижение данной товарной марки осуществляется «Яндекс.Такси» с помощью как телефонной связи, так и онлайн-платформ в сети Интернет, причем доля интернет-заказов увеличивается. В результате чего выручка «Яндекс.Такси» в 2017 г. повысилась на 111 % и составила 4,9 млрд р., а в 2018 г. – выросла более чем в три раза и составила 19,2 млрд р.¹

Проводимая компанией политика привела к расширению географической сегментации сервиса, что позволило оказывать эти услуги в 150 городах шести стран (Россия, Грузия, Белоруссия, Казахстан, Молдавия и Армения). Предложение услуг осуществляется 280 тыс. водителей, подключенных к сервису. Для сравнения в декабре 2016 г. сервис «Яндекс.Такси» работал в 49 крупных городах. Спрос на рынке можно представить данными, опубликованными компанией «Яндекс»: число поездок за месяц составляло 16,2 млн, что в 5,6 раза больше, чем в декабре 2015 г.²

В свою очередь, политика расширения географической сегментации деятельности компании привела к росту занятости на рынке транспортных онлайн-услуг, вовлекая как формальные, так и неформальные трудовые ресурсы. В соответствии с особенностями структуры рынка возможности платформы доступны двум группам пользователей – домашних хозяйств [Стрелец, 2019; Эйзенман, Паркер, ван Алстайн, 2013].

В этом контексте интересен статус [Chowdhury, Ceder, Vely, 2014, p. 85], оценка числа неформальных водителей такси, оказывающих пиринговые транспортные услуги на основе применения методики балансов трудовых ресурсов [Воробьева, Топилин, Чухнин, 2018, с. 38].

В середине 2017 г. два крупных игрока на рынке сервисов такси, «Яндекс» и Uber, подписали соглашение об объединении бизнеса по онлайн-заказу поездок в России, Азербайджане, Армении, Белоруссии, Грузии и Казахстане в составе новой компании. Участники сделки сум-

марно обеспечивают более 35 млн поездок в месяц. Объединенная компания использует технологии и знания «Ядекса» в области картографического и навигационного сервисов и поисковых систем и опыт Uber как мирового лидера среди онлайн-сервисов для заказа поездок. Это будет способствовать качественному развитию рынка, позволит создать еще более динамично развивающийся и устойчивый бизнес, который отвечает всем потребностям пользователей и водителей, а также помогает развитию транспортной инфраструктуры городов и регионов. Оба приложения для заказа поездок «Яндекс.Такси» и Uber доступны пользователям. Частью общемирового тренда развития рынка транспортных услуг стал запуск «Яндексом» в феврале 2018 г. в Москве каршерингового сервиса³. В Лондоне, например, монополистом на рынке транспортных онлайн-услуг является Uber [Skok, Baker, 2018, p. 237].

Основным конкурентом «Яндекс.Такси» на российском рынке онлайн-агрегаторов такси выступает компания Gett. По данным отчета Credit Suisse за 2017 г., Gett занимает от 12 до 20 % общего рынка услуг такси в зависимости от оценки количества заказов, приходящихся на традиционных агрегаторов такси, сделанных через их собственные онлайн-приложения.

В целом на рынке услуг такси доля онлайн-сегмента составляет 13–17 %, из которых на неформальные услуги такси может приходиться около 20 %. В соответствии с официальными данными Статистического комитета СНГ, доля транспортных услуг в объеме созданной добавленной стоимости неформального сектора в 2015 г. в РФ составляла 21 %, в Грузии, Казахстане, Таджикистане – 20, 35 и 40 % соответственно.

Таким образом, интерес представляет определение вклада неформальной деятельности при совершении прямых сделок онлайн-такси в создание добавленной стоимости сектора домашних хозяйств России. ВВП, по крайней мере в теории, фиксирует все подобные трансакции, уже включаемые в добавленную стоимость, в случае их осуществления.

Дополнительным исследованием в этом контексте могут стать анализ и оценка вклада неформальной деятельности на рынке в систему макроэкономических показателей.

¹Официальная отчетность компании «Яндекс», 2018–2019 гг. URL: <https://yandex.ru/company/prospectus>.

²Там же.

³Там же.

Проведенное исследование доказывает необходимость учета деятельности домашних хозяйств на рынке онлайн-такси, включения этих данных в объем добавленной стоимости с целью корректировки ВВП России. Развивающийся рынок онлайн-услуг в условиях цифровизации также предполагает рост производительности труда в экономике и в этом сегменте [Симонова, 2018].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги исследования, следует отметить следующее.

1. В условиях экономики совместного потребления в России активно развивается рынок онлайн-агрегаторов за счет прямых сделок между домашними хозяйствами, которые являются потребителями услуг цифровых платформ, в том числе при оказании транспортных услуг, обеспечивая спрос и предложение. Рыночная концепция онлайн-агрегатора «Яндес.Такси» активно расширяется, включая слияние с Uber, развитие сервиса скоростной доставки еды Foodfox, продвижение каршерингового сервиса. Однако выявляются три проблемы с точки зрения управления рынком онлайн-такси. Первая – рост скрытой и неформальной занятости водителей такси. Вторая – увеличение числа «теневых» заказов «Яндекс.Такси», что приводит к заниженной оценке доходов компании транспортных услуг и требует повышения эффективности управления в этой сфере. Третья – взимание онлайн-платформой с таксистов платежей в виде комиссии за их вызов. Объемы платежей, получаемых от таксистов за переданные им заказы, обороты электронных посредников частично скрываются от налогового и статистического учета, что не позволяет проводить корректировку макроэкономических показателей.

2. В современных условиях цифровизации развиваются пиринговые услуги, осуществляемые посредством цифровых платформ, которые позволяют значительно повысить качество и скорость услуг, способствуют рыночному продвижению брендов, оптимизации спроса, предложения и сегментов рынка онлайн-такси.

3. Цифровизация экономики предполагает глобальную экономическую деятельность с переносом информации в цифровую форму на базе электронных технологий, это фундаментальная часть «архитектуры четвертой промышленной революции». При этом значительно трансформируются рынки онлайн-услуг, их структура и сегментация, а также расширяются возможности участия в них различных операторов.

4. Для корректировки ВДС необходима точность измерения пиринговых маломасштабных трансакций с незначительными суммами, но производимыми в большом количестве. Усиливается роль домашних хозяйств в качестве производителей в этом контексте. В частности, требуется учитывать стоимость объема оказанных услуг такси посредством онлайн-агрегаторов.

Рассмотренные в статье проблемы масштабного расширения сферы использования цифровых технологий позволяют выявить новые горизонты для дальнейшего исследования, такие как: потребительские ожидания пассажиров и качество их обслуживания, транспортно-технологические элементы перевозки и связанные с ними показатели доходности маршрута.

С точки зрения совершенствования управленческих стратегий на микроэкономическом уровне и мезоуровне интерес представляют оценки объемов пиринговых транспортных онлайн-услуг; оборотов онлайн-платформ и услуг, осуществляемых таксистами, в скрытом и неформальном секторе данного сегмента рынка.

Для более глубокого изучения и оценки вклада теневой занятости на рынке услуг онлайн-такси авторами предлагается в дальнейшем провести специальное исследование, которое позволит выявить дополнительные факторы повышения доходности операторов исследуемого рынка, а также определить размеры скрытой и неформальной деятельности и показать ее вклад в создание добавленной стоимости сектора домашних хозяйств России. ■

Источники

- Антипин Д.М., Садовская Т.Г. (2016). Особенности и проблемы регулирования деятельности предприятий экономики совместного потребления // Экономика и предпринимательство. № 6. С. 879–885.
- Воробьева О.Д., Топилин А.В., Чухнин В.С. (2018). О подходах к определению скрытой занятости населения (на основе балансов трудовых ресурсов за 2015 год) // Вопросы статистики. № 25(8). С. 36–42.
- Егоренко С.Н. (2018). Официальная статистика в условиях формирования цифровой экономики в Российской Федерации // Вопросы статистики. № 25(10). С. 3–6.
- Иванов Ю.Н. (2017). К дискуссии о точности показателей макроэкономической статистики // Вопросы статистики. № 1(9). С. 10–18.
- Иванов Ю.Н., Хоменко Т.А. (2017). Отражение глобализации в национальных счетах // Вопросы статистики. № 4. С. 3–11.
- Кононова Г.А., Циганов В.В. (2014). Проблемы развития регионального рынка транспортных услуг // Журнал правовых и экономических исследований. № 4. С. 163–167.
- Косарев А.Е. (2016). К публикации статьи Надима Ахмада и Пола Шрейера «По-прежнему ли корректно измеряется ВВП в эпоху цифровизации (Nadim Ahmad and Paul Schreyer "Is GDP still measured correctly in an era of digitalization?")» // Вопросы статистики. № 8. С. 14.
- Мамий И.П. (2018). Перспективы цифровой трансформации экономики // Проблемы научной мысли. Т. 8. № 2. С. 37–42.
- Никитин С.П. (2002). Конъюнктура мировых товарных рынков: преемственность и специфика. М.: Международные отношения.

- Попова И.В., Хусейнова А.А. (2017). «Уберизация» российской экономики: цель, недостатки, преимущества, перспективы // Молодой исследователь Дона. № 4(7). С. 165–168.
- Симонова М.Д. (2018). Цифровая экономика и производительность труда развитых стран // Статистические исследования социально-экономического развития России и перспективы устойчивого роста: материалы и доклады / под общ. ред. Н.А. Садовниковой. М.: РЭУ имени Г.В. Плеханова. С. 250–253.
- Соколов-Митрич Д.В. (2014). Яндекс.Книга. М.: Манн, Иванов и Фербер.
- Стрелец И.А. (2019). Особенности двусторонних рынков сетевых благ // Экономические отношения. Т. 9. № 1. С. 383–392.
- Суринов А.Е. (2018). Цифровая экономика: вызовы для российской статистики // Вопросы статистики. № 25(3). С. 3–14.
- Тагаров Б.Ж. (2019). Проблемы развития экономики совместного потребления в России // Российское предпринимательство. Т. 20, № 2. С. 594–605.
- Тойменцева А.А. (2014). Тенденции развития рынка транспортных услуг // Экономика и предпринимательство. № 11-3(52). С. 110–112.
- Эйзенман Т., Паркер Дж., Алстайн М. ван. (2013). Стратегии для двусторонних рынков // Российский журнал менеджмента. Т. 11. № 4. С. 79–94.
- Ahmad N., Schreyer P. (2016). Measuring GDP in a Digitalised Economy. *OECD Statistics Working Papers, 2016/07*. Paris: OECD Publishing. Available at: <http://dx.doi.org/10.1787/5jlwqd81d09r-en>.
- Bain J. (1959). *Industrial Organization*. N.Y.: Wiley.
- Belk R. (2014). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *Anthropologist*, no. 18(1), pp. 7–23.
- Botsman R., Rogers R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. N.Y.: HarperBusiness.
- Böcker L., Meelen T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, no. 23, pp. 28–39.
- Calo R., Rosenblat A. (2017). The Taking Economy: Uber, Information, and Power. *Columbia Law Review*, no. 117.
- Chamberlin E. (1962). *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*. Harvard University Press.
- Chowdhury S., Ceder A., Veltz B. (2014). Measuring Public-Transport Network Connectivity Using Google Transit with Comparison across Cities. *Journal of Public Transportation*, vol. 17, no. 4, pp. 76–92.
- Felson M., Spaeth J. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, no. 21, pp. 614–624.
- Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. (2016). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, no. 67, pp. 2047–2059.
- Mason E. (1939). Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise. *American Economic Review*, vol. 29, pp. 61–74.
- Robinson J. (1969). *The Economics of Imperfect Competition*. L.: Macmillan. 2nd ed.
- Skok W., Baker S. (2018). Evaluating the impact of Uber on London's taxi service: A strategic review. *Knowledge and Process Management*, no. 25(4), pp. 232–246.
- Zervas G., Proserpio D., Byers W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, no. 5, pp. 687–705.

Информация об авторах

Симонова Марина Демьяновна

Доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры учета, статистики и аудита. Московский государственный институт международных отношений (119454, РФ, г. Москва, пр. Вернадского, 76). E-mail: rusinamar@mail.ru.

Мамий Ирина Петровна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики. Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (119991, РФ, г. Москва, Ленинские Горы, 1/46). E-mail: mamiy@econ.msu.ru.

DOI: 10.29141/2218-5003-2019-10-3-9

Online transport services market in Russia amid economy digitalization

Marina D. SIMONOVA, Irina P. MAMIY

Abstract. The article examines the development of the Russian market of transport online services. The analysis of this market segment acquires special relevance amid the economic digitalization in Russia. The study dwells upon households as both consumers and producers of transport services. In this regard, the following comes to light: distinguishing features of developing the market of services; the increase in information processing speed; the need for its assessment; additional opportunities for statistical accounting of the online peer-to-peer services. The authors aim at studying two aspects: first, the specificity of developing the market on the example of the Yandex.Taxi online aggregator in the conditions of digitalization and Sharing Economy development and, second, the reveal of non-

observed factors of households activity in the market segment and the problems of their accounting for GVA adjustment. The research methodology includes the industrial economics by Harvard School, Sharing Economy concept and the primary provisions of national accounts. The research methods are system-based, economic, structural and comparative analysis as well as methods of expert estimates. The authors reveal that the introduction of digital technologies and the development of online aggregators in the market of transport online services in Russia allows improving Yandex.Taxi market self-presentation, expanding the database for surveying the non-registered economy and, accordingly, reducing its share in GVA. The emergence of new digital products on the market of transport online services fundamentally changes volumes as well as the system for collecting and processing data. The possibility of data acquisition in real time allows accelerating information analysis and facilitates taking management decisions.

Keywords: online aggregator market; informal economy; sharing economy; households; digital platforms; online transport services; peer-to-peer services.

JEL Classification: E21, E26, J46, L91

Paper submitted: March 18, 2019.

For citation: Simonova M.D., Mamiy I.P. (2019). Online transport services market in Russia amid economy digitalization. *Upravlenets – The Manager*, vol. 10, no. 3, pp. 94–103. DOI: 10.29141/2218-5003-2019-10-3-9.

References

- Antipin D.M., Sadovskaya T.G. (2016). Osobennosti i problemy regulirovaniya deyatel'nosti predpriyatij ekonomiki sovmestnogo potrebleniya [Specific aspects and issues of sharing economy business regulation]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo – Journal of Economy and Entrepreneurship*, no. 6, pp. 879–885.
- Vorob'eva O.D., Topilin A.V., Chukhnin V.S. (2018). O podkhodakh k opredeleniyu skrytoy zanyatosti naseleniya (na osnove balansov trudovykh resursov za 2015 god) [On approaches to the definition of hidden employment (based on labour force balances for 2015)]. *Voprosy statistiki – Issues of Statistics*, no. 25(8), pp. 36–42.
- Egorenko S.N. (2018). Ofitsial'naya statistika v usloviyakh formirovaniya tsifrovoy ekonomiki v Rossiyskoy Federatsii [Official statistics amidst the emergence of the digital economy in the Russian Federation]. *Voprosy statistiki – Issues of Statistics*, no. 25(10), pp. 3–6.
- Ivanov Yu.N. (2017). K diskussii o tochnosti pokazateley makroekonomicheskoy statistiki [The debate about the accuracy of indicators of macroeconomic statistics]. *Voprosy statistiki – Issues of Statistics*, no. 1(9), pp. 10–18.
- Ivanov Yu.N., Khomenko T.A. (2017). Otrazhenie globalizatsii v natsional'nykh schetakh [Recording globalization in national accounts]. *Voprosy statistiki – Issues of Statistics*, no. 4, pp. 3–11.
- Kononova G.A., Tsiganov V.V. (2014). Problemy razvitiya regional'nogo rynka transportnykh uslug [The regional transportation service market development issues]. *Zhurnal pravovykh i ekonomicheskikh issledovaniy – Journal of Legal and Economic Studies*, no. 4, pp. 163–167.
- Kosarev A.E. (2016). K publikatsii stat'i Nadima Akhmada i Pola Shreyera «Po-prezhnemu li korrektно izmeryaetsya VVP v epokhu tsifrovizatsii (Nadim Ahmad and Paul Schreyer “Is GDP still measured correctly in an era of digitalization?”)» [Nadim Ahmad and Paul Schreyer «Is GDP still measured correctly in an era of digitalization?»]. *Voprosy statistiki – Issues of Statistics*, no. 8, pp. 14.
- Mamiy I.P. (2018). Perspektivy tsifrovoy transformatsii ekonomiki [Prospects for the digital transformation of the economy]. *Problemy nauchnoy mysli – Problems of Scientific Thought*, vol. 8, no. 2, pp. 37–42.
- Nikitin S.P. (2002). *Kon'yunktura mirovykh tovarnykh rynkov: preemstvennost' i spetsifika* [Conjuncture of world commodity markets; continuity and specificity]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniya.
- Popova I.V., Khuseynova A.A. (2017). «Uberizatsiya» rossiyskoy ekonomiki: tsel', nedostatki, preimushchestva, perspektivy [“Uberization” of the Russian economy: purpose, weaknesses, advantages and prospects]. *Molodoy issledovatel' Dona – Don Young Researcher*, no. 4(7), pp. 165–168.
- Simonova M.D. (2018). Tsifrovaya ekonomika i proizvoditel'nost' truda razvitykh stran [Digital economy and labour productivity in developed countries]. In: Sadovnikova N.A. (ed.). *Statisticheskie issledovaniya sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossii i perspektivy ustoychivogo rosta: materialy i doklady* [Statistical studies of the socio-economic development of Russia and the prospects for sustainable growth: materials and reports]. Moscow: REU imeni G.V. Plekhanova. Pp. 250–253.
- Sokolov-Mitrich D.V. (2014). *Yandeks.Kniga* [Yandex.Book]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber.
- Strelets I.A. (2019). Osobennosti dvustoronnykh rynkov setevykh blag [Specificity of bilateral markets network benefits]. *Ekonomicheskie otnosheniya – Journal of International Economic Affairs*, vol. 9, no. 1, pp. 383–392.
- Surinov A.E. (2018). Tsifrovaya ekonomika: vyzovy dlya rossiyskoy statistiki [Digital economy: challenges for the Russian statistics]. *Voprosy statistiki – Issues of Statistics*, no. 25(3), pp. 3–14.
- Tagarov B.Zh. (2019). Problemy razvitiya ekonomiki sovmestnogo potrebleniya v Rossii [Problems of development of sharing economy in Russia]. *Rossiyskoe Predprinimatel'stvo – Russian Journal of Entrepreneurship*, vol. 20, no. 2, pp. 594–605.
- Toymentseva A.A. (2014). Tendentsii razvitiya rynka transportnykh uslug [Trends in the development of the transport services market]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo – Journal of Economy and Entrepreneurship*, no. 11-3(52), pp. 110–112.
- Eisenmann T., Parker G., Alstayn M. van. (2013). Strategii dlya dvustoronnykh rynkov [Strategies for two-sided markets]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta – Russian Management Journal*, vol. 11, no. 4, pp. 79–94.
- Ahmad N., Schreyer P. (2016). Measuring GDP in a Digitalised Economy. *OECD Statistics Working Papers, 2016/07*. Paris: OECD Publishing. Available at: <http://dx.doi.org/10.1787/5jlwqd81d09r-en>.
- Bain J. (1959). *Industrial Organization*. N.Y.: Wiley.
- Belk R. (2014). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *Anthropologist*, no. 18(1), pp. 7–23.
- Botsman R., Rogers R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. N.Y.: HarperBusiness.
- Böcker L., Meelen T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, no. 23, pp. 28–39.
- Calo R., Rosenblat A. (2017). The Taking Economy: Uber, Information, and Power. *Columbia Law Review*, no. 117.

- Chamberlin E. (1962). *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*. Harvard University Press.
- Chowdhury S., Ceder A., Veltz B. (2014). Measuring Public-Transport Network Connectivity Using Google Transit with Comparison across Cities. *Journal of Public Transportation*, vol. 17, no. 4, pp. 76–92.
- Felson M., Spaeth J. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, no. 21, pp. 614–624.
- Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. (2016). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, no. 67, pp. 2047–2059.
- Mason E. (1939). Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise. *American Economic Review*, vol. 29, pp. 61–74.
- Robinson J. (1969). *The Economics of Imperfect Competition*. L.: Macmillan. 2nd ed.
- Skok W., Baker S. (2018). Evaluating the impact of Uber on London's taxi service: A strategic review. *Knowledge and Process Management*, no. 25(4), pp. 232–246.
- Zervas G., Proserpio D., Byers W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, no. 5, pp. 687–705.

Information about the authors

Marina D. SIMONOVA

Dr. Sc. (Econ.), Associate Professor, Professor of Accounting, Statistics and Auditing Dept. **Moscow State Institute of International Relations – MGIMO** (University) (76 Vernadskogo Ave., Moscow, 119454, Russia). E-mail: rusinamar@mail.ru.

Irina P. MAMIY

Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor of Statistics Dept. **Lomonosov Moscow State University** (1/46 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia). E-mail: mamiy@econ.msu.ru.