

# СУЩНОСТЬ, ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ УБЕРИЗАЦИИ КАК НОВЕЙШЕЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

*Воронкова Дарья Антоновна*

*В рамках статьи проанализировано возникновение бизнес-модели уберизации, ставшей результатом исторического развития экономики совместного потребления, обозначена ее сущность, основные принципы, а также возросшая актуальность применения в современных экономических условиях хозяйствования. Охарактеризованы основные особенности и ключевые принципы реализации в практической деятельности современных компаний бизнес-модели уберизации, обозначены ключевые плюсы и минусы ее применения с точки зрения различных сторон, принимающих участие в данном взаимодействии. Обозначена роль бизнес-модели уберизации для развития экономики нового типа в целом, и субъектов хозяйствования в частности, охарактеризованы ее современные и перспективные тренды.*

**Ключевые слова:** *викиномика, совместное потребление, ресурсы предприятия, трансформация бизнес-процессов, сетевое сотрудничество, уберизация бизнеса.*

**JEL-коды:** *A11, B41, D11, L10.*

**Актуальность темы.** Современное рыночное пространство характеризуется принципиально новыми изменениями в условиях осуществления хозяйственной деятельности, вызываемыми, прежде всего, общей трансформацией всей мировой хозяйственной системы в постиндустриальную экономику, посредством глобализации с применением информационно-телекоммуникационной среды и интеграцией разнообразных экономических процессов<sup>1</sup>.

Новые инновационные интерактивные и мобильные технологии, так стремительно развивающиеся в последнее время, меняют привычный мир как потребителей товаров (продуктов, услуг), так и трансформируют деятельность самих субъектов хозяйствования, производящих их и обеспечивающих их непосредственное доведение до каждого целевого потребителя.

Современный потребитель, со сравнительно недавнего времени, стал рассматривать любой товар (продукт, услугу) не точно, а комплексно – как особого рода совокупность различных составляющих его приобретение факторов, включающих в себя не только материальную осязаемую ценность, куда входит внешний вид, упаковка, свойства, дизайн, размер и многое другое, но и комплекс различного рода услуг и сопутствующего сервиса. Что, в свою очередь, потребовало от производителей развития дополнительного клиентоориентированного сервиса, создание и развитие которого, безусловно, требует дополнительных затрат. При этом, не секрет, что стоимость владения всеми видами производственных ресурсов с каждым годом все возрастает, поэтому, иметь их так сказать «в одних руках» становится все дороже, что, в свою очередь, оказывает влияние на рентабельность деятельности. В такой ситуации и возникла необходимость поиска новой

---

<sup>1</sup> Евтодиева Т.Е. Логистика и современная экономика // Креативная экономика. – 2011. – Т. 5. – № 12. – С. 39-44.

бизнес-модели деятельности компаний, способной дать возможность предоставлять клиентам всевозможный качественный сервис, при этом, владеть минимальным набором собственных ресурсов, приобретая их по мере необходимости, при чем, используя совместно с иными субъектами хозяйствования. Такой способ совместного потребления стал особым механизмом трансформации первоначальных долгосрочных пассивов в среднесрочные активы, и дал стартовый толчок к появлению бизнес-модели уберизации как проявлению экономики совместного потребления, в отношении кото торой существует соответствующее работы. Так, среди западных исследователей, изучающих вопросы экономики совместного потребления, можно отметить таких авторов как Медоуз Д., Рандерс Й., Ботсман Р., Ру Р., Янг Р. и пр. Среди российских авторов стоит выделить таких как: Авдокушин Е.Ф., Волкова К.М., Вопросы логистики и цепей поставок исследованы зарубежными авторами Джеймсом С. Джонсоном, Дональдом Ф. Вудом, Дэниэлом Л. Вордлоу, Поль Р. Мэрфи – Мл. и пр., российскими: Родкиной Т.А., Сергеевым В.И., Эльяшевичем И.П., Щербаковым В.В., Пузановым И. А. и многими иными. При этом, исследования западных авторов более комплексны и системны, а российских фрагментарны, поскольку в своих работах они частично раскрывают вопросы уберизации, при этом, не используя термина напрямую, а применяя для его обозначения такой термин как «совместное потребление». Учитывая тот факт, что уберизация относительно молодое понятие для Российского бизнеса и экономики в целом, сущность и основные особенности ее не в полной мере раскрыта, в соответствующей научной литературе, плюсы и минусы обозначены не однозначно, поэтому, применение данной бизнес-модели в России хоть и идет интенсивными темпами, однако не настолько распространено, как, к примеру, на Западе и в Европе, что и обуславливает высокую степень актуальности темы данной статьи.

**Изложение основного материала.** Совместное использование (потребление) существовало еще в эпоху натурального обмена, успешно процветало, например, в советские времена, когда люди охотно подвозили друг друга и делились вещами. А в сельской местности, где ни о каком экономике совместного потребления и не слышали, эта модель, тем не менее, успешно существует по сей день. В экономике совместного потребления вместо того, чтобы владеть всем, вы предоставляете то, что у вас есть, и берете в аренду то, что вам нужно.

Годом зарождения экономики совместного потребления считается 2007-й, когда стартовала эпоха смартфонов и мобильных приложений, без которых бурный рост таких сервисов вряд ли стал бы возможен. Уже сегодня почти каждая индустрия – от жилья и автомобилей до одежды – вовлечена в «sharing economy»<sup>2</sup>. Большинство маркетплейсов (1) до этого момента не существовало, они возникли в сфере sharing economy после рецессии 2008 года и за 4 года стали единорогами, т.е. миллиардными компаниями. Это произошло из-за того, что доступ к большим деньгам венчуров был закрыт, стартапы создавались на личные или семейные деньги и подход к развитию был крайне бережливый (lean startup)<sup>3</sup>.

Интенсивное развитие информационной доступности привела к возникновению такого нового явления в экономики как викиномика, которая представляет собой

---

<sup>2</sup> Экономика sharing [Электронный ресурс]. URL: <http://kaspersky.vedomosti.ru/zhizn/economy>

<sup>3</sup> Sharing economy: тенденции и перспективы [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/company/kabanchik/blog/300512/>

децентрализованную экономику, вышедшую за границы традиционных обществ и государств, основанную на сетевом сотрудничестве различных субъектов бизнеса<sup>4</sup>.

Викиномика имеет три главных экономических механизма проявления, а именно: аутсорсинг, коворкинг и краудсорсинг. Указанные механизмы базируются на применении нематериальных активов, при этом не предполагают их систематического использования в качестве оборотных и основных активов, которые принадлежат субъектам хозяйственной деятельности. Только лишь экономический механизм коворкинга выступает эволюционным проявлением концепции так называемого открытого офиса, что предполагает собой наличие материальных активов, совместно используемых всеми участниками с целью достижения желаемого синергетического эффекта<sup>5</sup>.

Создавшийся разрыв привел к возникновению принципиально новой экономической модели взаимодействия, а именно *sharing economy* или экономики совместного потребления. *Share* – в переводе с английского означает «делиться». От этого слова был образован термин «*sharing*», определивший принципы «экономики общего пользования». Концепцию совместного потребления первыми описали экономисты Рейчел Ботсман и Ру Роджерс в книге «*What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*»<sup>6</sup>. Ключевая идея работы указанных авторов заключается в том, что потребителю часто выгоднее и удобнее платить за временный доступ к продукту или ресурсу, нежели владеть им на постоянной основе.

Современная технологическая революция дала развитие новым техническим решениям и платформам, обеспечивающим доступ людей к ресурсам друг друга, тем самым запустил в экономике новые механизмы, что дало возможность экономике совместно пользования получить новую жизнь. Люди передают в экономический оборот свои избыточные активы, ранее лежавшие под спудом, перераспределяют их и получают доход. Совместное потребление развивает принципиально новые экономические и социальные отношения между людьми, обеспечивая общий доступ к товарам, услугам, данным и компетенциям по принципу «равный равному».

Все это стало возможно благодаря укреплению доверия среди незнакомых людей, которое стало расти вместе с появлением форм обратной связи, рейтингов и систем безопасной оплаты. Основными драйверами экономики обмена эксперты называют рост населения, глобальную рецессию, заставляющую людей ограничивать себя в потреблении, а также усиление роли возникающих виртуальных и сетевых сообществ.

Определение экономики совместного потребления более академически можно сформулировать следующим образом: совместное потребление выступает как информационная экономическая модель ведения бизнеса, направленная на трансформацию самого характера капитала из пассива в актив посредством использования механизмов аренды, совладения или лизинга.<sup>7</sup>

Модель совместного потребления или как сегодня говорят модель уберизации, функционально основывается на современных информационных технологиях. Так, в сети интернет создается специальная коммуникационная площадка, которая представляет услуги

---

<sup>4</sup> Тапскотт Д., Вильямс Э. Викиномика: как массовое сотрудничество изменяет все. - М.: BestBusinessBooks, 2009 г. С.8

<sup>5</sup> Викиномика: коллективный разум или невежество толпы? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/1/view/4/>

<sup>6</sup> Botsman R., Rogers R., *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Business, 2010.

<sup>7</sup> Швед В.В. Теоретические аспекты *sharing economy* // Экономический форум. - 2017. - № 1. - С. 26-31.

для связи всех желающих<sup>8</sup>. Такую площадку упрощенно можно представить как доску онлайн объявлений.

Реализация модели уберизации стала возможной только лишь в условиях тотальной информатизации современного общества, свободного и всеохватывающего доступа к сети интернет. Благодаря этому любой покупатель или продавец может заявить о своей нужде т.е. указав на наличие спроса, или сформировать предложение. Уберизация, в отличии от традиционных моделей ведения бизнеса, позволяет тотальным образом сокращать материальные издержки: на администрирование ресурсов, штат персонала, различные инструменты и средства производства и пр.

Наглядно отобразить бизнес-модель в части взаимодействия поставщиков и потребителей услуг в модели уберизации можно на примере «Uber-такси» (рис.1), как самой первой и наиболее известной модели уберизации, сравнительно недавно пришедшей на Российский рынок, но уже представленной в 17-ти городах страны.

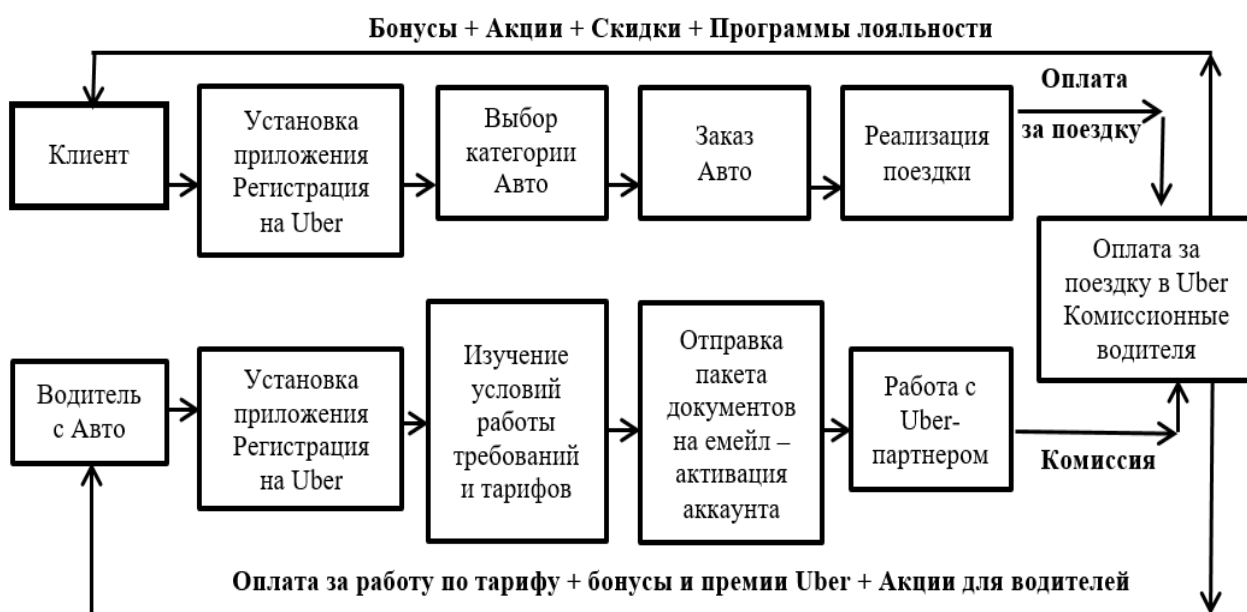


Рис. 1. Бизнес-модель процесса функционирования сервиса «Uber-такси».

Источник: составлено автором.

При помощи специального приложения Uber (устанавливаемого у клиента и у водителя) обеспечивается быстрый поиск и быстрая подача автомобиля. Водителю же, по желанию, - наличие постоянной возможности работать и получать оплату за работу и бонусы. Координацией работы водителей, функционированием приложения, рассмотрением спорных вопросов и обеспечением хозяйственной деятельности занимается головной офис в Москве. Такая модель позволяет предоставить машину по требованию клиента в любое время суток быстро, поскольку отзываться на поступающий запрос могут автомобили, находящиеся в непосредственной близости от заказчика. Таким образом, обеспечивается экономия затрат на топливе. Анализируя приведенную схему, становится очевидным, что сам сервис «Uber-такси» владеет минимальным набором ресурсов для обеспечения своей деятельности, при

<sup>8</sup> Онлайн-площадка, собирающая, систематизирующая информацию о товарах и услугах разных компаний, зарегистрированных в системе и предоставляющая такую информацию по запросу покупателя в структурированном виде, пригодном для сравнения, выбора и осуществления покупки выбранного товара.

этом, получает внушительный доход от организации процесса по соединению водителя автотранспортного средства (предлагающего свои услуги на рынке пассажирских автоперевозок) с клиентом (у которого возникла необходимость в поездке) для обеспечения высокого уровня сервиса и, соответственно, получения желаемой прибыли.

Бизнес-модель уберизации основана на все увеличивающейся скорости распространения информационных потоков, всеобщей доступности. При этом основывается она на 4-х базовых принципах, а именно:

- открытости между хозяйствующими субъектами;
- обменом, возникающими у них идеями;
- равенством взаимодействия;
- глобальности всех протекающих бизнес-процессов (рис.2.)<sup>9</sup>

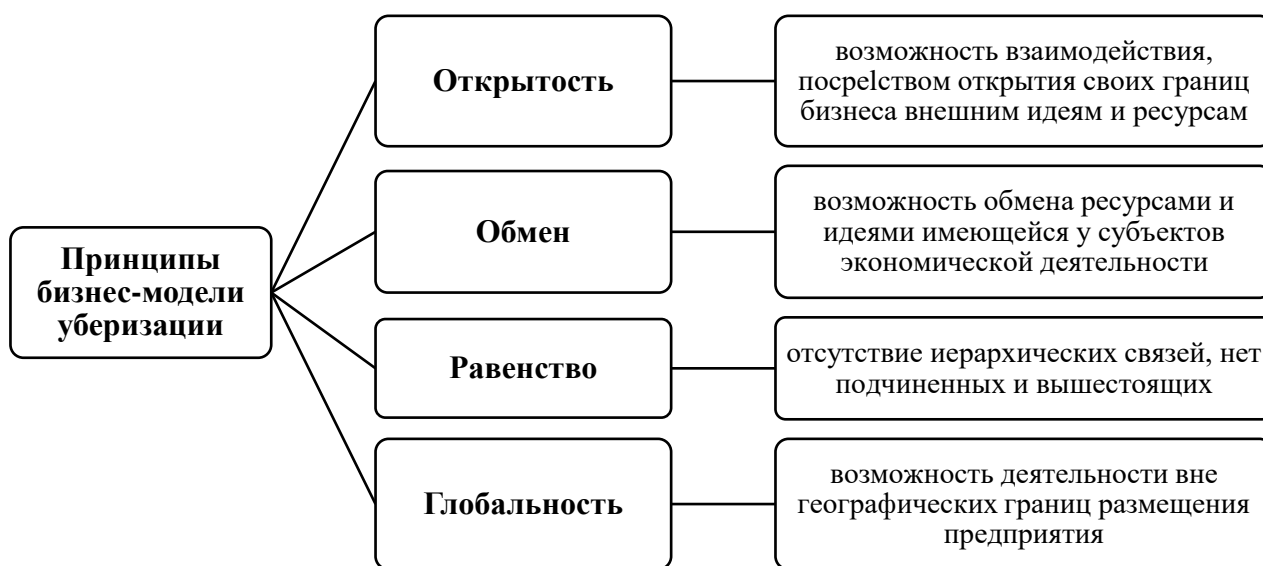


Рис. 2. Ключевые принципы бизнес-модели уберизации.

Источник: Викиномика: коллективный разум или невежество толпы? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/1/view/4/>

Таким образом, можно сказать, что сегодня бизнес-модель «уберизации» или экономики совместного потребления представляет собой новейший действенный механизм трансформации классических экономических взаимоотношений в новую систему взаимодействия, уже обладающую сегодня практическими механизмами реализации и развития, позволяющими трансформировать «экономику домохозяйств» в «экономику общин». Это, в свою очередь, предполагает коренные изменения самой роли онлайн-инструментов в их воздействии на устоявшиеся механизмы хозяйственной деятельности современных предприятий, изменяя одновременно и роль государства в процессе регулирования обеспечения регуляторной функции в отношении компаний, применяющих данную бизнес-модель.

Безусловным является тот факт, что любой экономический механизм, любая бизнес-модель, в том числе и бизнес-модель уберизации, может иметь как свои плюсы, так и

<sup>9</sup> Викиномика: коллективный разум или невежество толпы? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/1/view/4/>

некоторые недостатки, которые проанализируем далее. Применение модели уберизации дает равные условия развития как большим корпорациям, так и представителям малого и среднего бизнеса, небольшим стартапам. Это, в свою очередь, положительно сказывается как на отдельных потребителях, так и на экономике страны в целом. Кроме того, применение рассматриваемой уберизации дает возможность взаимодействия компаниям вне зависимости от их географической локации, что существенно расширит возможности бизнеса и способствует повышению интенсивности глобализационных процессов в мировой экономике.

Применение моделей уберизации не требует больших финансовых вложений, а если и принимается решение о создании конкретного убер-сервиса совместного потребления, то компании, желающие «включиться» в модель, распределяют издержки между собой, что, безусловно, экономически весьма выгодно. Кроме того, дальнейшее использование модели позволяет сокращать операционные затраты по текущей деятельности компаний, применивших модель и пр. Кроме явно положительных моментов, данная модель имеет некоторые минусы. Так, применение данной модели представителями разных стран может спровоцировать проблемы недопонимания из-за языкового барьера и различий национальной ментальности. Кроме того, трудновыполнимым в данной модели является порог защиты прав потребителей продуктов и услуг компаний, применяющих убер-модель в своей деятельности, что повышает недоверие к данной модели со стороны потребителей. Существенным минусом является разность законодательства в сфере регулирования деятельности убер-сервисов, а в некоторых странах полное его отсутствие, что также нарушает права потребителей в случае возникновения проблем – трудно найти виноватого и возполнить свои потери, как моральные, так и материальные.

Несоответствие деловой культуры (национальный аспект). Ни для кого не секрет, что существует национальный аспект деятельности предпринимателей. Так, к примеру, немцы весьма пунктуальны, а российские предприниматели менее пунктуальны, китайцы точны и точны до мелочей, итальянцы – спонтанны и экспрессивны и пр., что может вызвать некоторую конфликтность в процессе применения модели. Для преодоления данной проблемы, нужны четко указанные правила и регламенты, принимаемые всеми участниками модели. И, наконец, по мнению аналитиков, применение моделей уберизации способно нанести существенный удар и вытеснить с рынка традиционный бизнес, имеющий более высокие операционные издержки, а значит и выше стоимость своих продуктов и услуг.

Кроме того, ценность уберизации заключается в обеспечении коммуникации с минимальными издержками, в основе которого заложено сходство уберизации с цифровой трансформацией. Кроме того, уберизация имеет весьма интересное свойство – она может легко проникать в смежные сферы на рынке. Правильно реализованная уберизация, в первую очередь, способна существенно снизить транзакционные издержки своих клиентов посредством:

- непрерывной оптимизации экономических связей и цепочек добавленной стоимости в режиме реального времени;
- исключения непроизводительных «арбитражных» звеньев, не создающих реальной ценности для рынка;
- обеспечения «концентрацию целевой функции», т.е. распространения единого подхода на всех участников «убер-сервиса»;
- автоматизации всего перечисленного выше, минимизация влияния человеческого фактора на бизнес-процессы.

Основные плюсы и минусы бизнес-модели уберизации приведем наглядности в табл.1.

Таблица 1.

**Положительные и отрицательные стороны применения модели уберизации в экономике**

Плюсы реализации модели уберизации	Минусы реализации модели уберизации
<p>Обеспечение равных условий для развития для различных по масштабам бизнес структурам.</p> <p>существенное снижение транзакционных издержек.</p> <p>Отсутствие географической привязки, возможность работать в любом регионе мира.</p> <p>Не требует больших финансовых вложений, способствует оптимизации операционных издержках.</p> <p>Обеспечении более качественно коммуникации.</p> <p>Обеспечивает проникновение в смежные сферы деятельности.</p> <p>Обеспечивает более высокую эффективность использования ресурсов.</p>	<p>Языковые и ментальные барьеры.</p> <p>Низкая степень защиты целевого потребителя.</p> <p>Разное законодательство в сфере регулирования деятельности убер-сервисов.</p> <p>Особенности деловой культуры в разных странах мира (национальный аспект).</p> <p>Применение и развитие моделей уберизации способно вытеснить с рынка традиционный бизнес.</p>

Источник: составлено автором.

Представленные в табл. 1. плюсы и минусы не претендуют на полноту, поскольку точная их структура будет зависит от сферы деятельности компаний, применяющих данную бизнес-модель в своей для развития своей компании.

В общем уберизированным может считаться любой сервис, который способен координировать агентов рынка в режиме реального времени.

По сути – это некий симбиоз, в котором каждый из участников, прибегший к ее использованию, может получает свою достаточно легко измеримую выгоду рис.3.

Очевидным ключевым достоинством уберизации является то, что она забирает на себя часть бизнес-функций своих клиентов, форматирует их единообразным, для всех своих клиентов одинаковым способом и определяет «правила игры», балансирующие интересы независимых агентов рынка<sup>10</sup>.

При таком подходе принимаемые на себя бизнес-функции уберизация выполняет существенно более эффективно, нежели сам агент, на каждом этапе процесса обеспечивая результат если не в полной мере оптимальный, то заведомо лучший по соотношению усилия с дополнительным уменьшением рисков.

<sup>10</sup> Родкина Т.А. Цифровая логистика: новая модель или старое клише? // Логистика: современные тенденции развития. Сборник трудов конференции, 2016. – С. 62-66.



Рис. 3. Ключевые очевидные выгоды применения убер-модели в системе «агент уберизации-уберизированный сервис-целевой клиент».

Источник: составлено автором.

Уберизация одновременно стимулирует небольшой, сфокусированный бизнес и снижает стоимость «входного барьера», поскольку совершенно бесплатно предоставляет готовые ключевые бизнес-функции – продажи и снабжение. Кроме того, уберизация накапливает в себе колоссальные объемы данных о соответствующем целевом параметре, при этом накопление носит не административно-принудительный характер государственной статистики, а объективный и совершенно естественный.

По мнению аналитиков и экспертов различных сфер деятельности, уберизация продолжит свое активное развитие в период 2019-2020 гг., чему будут способствовать следующие основные тренды.

Первый тренд характеризуется тем, что в настоящее время существенно изменились требования в сегменте B2C (англ. «business-to-consumer» или русс. «бизнес для потребителя») в отношении скорости получения заказов целевыми клиентами многообразия, действующих на различных рынках компаний. Как следствие этого факта, обозначился тренд в развитии уберизации в логистике, повлекший за собой трансформации соответствующих сервисов, обеспечивающих доставку. Так, наблюдается переход к объединению усилий сервисов доставки с сервисами предоставления услуг пеших курьеров, и взаимодействия их на основании модели «Revenue Share», представляющей собой разновидность партнерской программы, при которой партнер (в данном случае пеший курьер) получает долю от прибыли, принесенной им заказчику (крупному логистическому сервису).

Второй тренд уберизации — это трансформации существующих физических магазинов различных форматов, к обеспечению потребительского сервиса требующие применения модели уберизации. Так, если ранее физические магазины в основном боролись за приток клиентов в свой магазин, и обеспечения продаж путем предложения широкого ассортимента товаров по доступным диверсифицированным ценам, то сегодня отмечается их переход в сеть и развитие продаж в интернете, что сопряжено с необходимостью обеспечения быстрой и надежной доставки приобретаемых продуктов и товаров к целевому потребителю. В данной

связи такие предприятия прибегают к объединению усилий с различными логистическими сервисами или создают собственные, параллельно развивая дополнительные направления деятельности, предоставляя услуги по доставке прочим предприятиям торговли.

Так, к примеру Компания Gremm Group, владеющая и управляющая Усачевским, Москворецким и двумя Центральными рынками в Москве, в начале 2019 г. запустила собственную службу доставки, которая пока обеспечивает заказы продукты и готовых блюд из ресторанов и предприятий общепита только лишь с Усачевского рынка, обеспечивая охват клиентов в радиусе 3,5 километра и полностью охватывает Хамовники. При этом, в ближайшей перспективе сервиса заработать и на других маркетах<sup>11</sup>.

Логистические сервисы доставки генерируют на своих платформах различные предложения, обеспечивая максимально широкий выбор и обеспечивая доставку приобретаемых товаров потребителям в пределах ареала своей деятельности.

Следующий тренд уберизации предопределен трансформациями, происходящими в сегменте индустриальной логистики, для которой характерным становится переход на лучшие практики по управлению запасами посредством централизации складских систем, интеграции их в единую логистическую цепь на всем пути следования товаров в системе «поставщик-потребитель», что обеспечивает увеличение скорости доставки и ее динамизм.

В-четвертых, интенсивная цифровая трансформация бизнеса характерна практически для всех отраслей экономики. Так, к примеру, такая отрасль, как автопромышленность, переходит на «цифровизацию» достаточно стремительно, что способствуют ускорению преобразований в иных областях. Такие новейшие инновационные решения, как автономный транспорт и «подключенные» автомобили, кардинально изменяют всю сложившуюся ранее систему. Автомобильные компании при помощи интегрирования в свои бизнес-процессы модели уберизации трансформируются, в итоге образуется новая уберизированная экосистема, включающая первоначальных производителей, дилеров, поставщиков, а также организаций, которые оказывают дополнительные услуги в сфере обслуживания дополнительных потребностей клиентов и доставляющих продукты на новом уровне<sup>12</sup>.

В-пятых, перестроение логистических процессов и логистических инфраструктур, которые связаны с изменением минимального размера заказа клиента (Minimum order quantity или MOQ), что требует объединения усилий производителей по обеспечению хранения товаров на полностью автоматизированных Smart складах, а также обеспечения пулинга доставки (разновидность сборной доставки, при которой несколько производителей, работающих с одним и тем же заказчиком, консолидируют поставки, чтобы снизить затраты на грузоперевозки и lead time.) с целью снижения затрат в цепочке поставок.

Так, поставщики товаров работают со специальной уберизированной платформой, где различные транспортные компании публикуют собственные расписания планируемых перевозок. В том случае, когда в рамках одной поставки определенный перевозчик набирает достаточный объем товаров, поставщики (т.е. продавцы товаров) платят за использование услуг по доставке по специальному существенному сниженному от обычной стоимости тарифу. Если нет, тогда действует обычный тариф за осуществление сборной доставки.

Для самих грузополучателей выгода заключается в том, что:

---

<sup>11</sup> Доставка еды с московских гастрономических рынков [Электронный ресурс]. URL: <https://www.the-village.ru/village/food/food-news/345395-market-delivery>

<sup>12</sup> Логистические тренды 2019-2020 [Электронный ресурс]. URL: <http://seanews.ru/2018/12/11/ru-logisticheskie-trendy-2019-2020/>

- существенно сокращаются транзитные сроки доставки;
- значительно улучшается своевременность осуществления поставок и увеличивается их частота;
- существенно снижаются нагрузка на складскую инфраструктуру;
- возникает возможность отказаться от минимума отгрузки<sup>13</sup>.

Итак, применение бизнес-модели уберизации — это тренд, который кардинально и навсегда изменит как систему управления самим предприятием, так и трансформирует его внешнее окружение, обеспечивая предприятие качественными новыми экономическими связями, трансформируя процессы производства и потребления, оптимизируя затраты посредством исключения из производственного цикла доведения продукции до целевого потребителя ненужные звенья, повышающие стоимость конечного продукта.

Современные тренды уберизации обеспечат данной модели существенное развитие в ближайшей краткосрочной перспективе 1-2 года, а, в свою очередь, возникающие инновационные решения и модели ведения бизнеса в процессе развития цифровой экономики обеспечат рост, а в среднесрочной перспективе - в период 3-5 лет.

### Список литературы

1. Евтодиева Т.Е. Логистика и современная экономика // Креативная экономика. – 2011. – Т. 5. – № 12. – С. 39-44.
2. Родкина Т.А. Цифровая логистика: новая модель или старое клише? // Логистика: современные тенденции развития. Сборник трудов конференции, 2016. – С. 62-66.
3. Тапскотт Д., Вильямс Э. Викиномика: как массовое сотрудничество изменяет все. - М.: BestBusinessBooks, 2009.
4. Швед В.В. Теоретические аспекты sharing economy // Экономический форум - 2017. - № 1. - С. 26-31.
5. Викиномика: коллективный разум или невежество толпы? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/1/view/4/>
6. Доставка еды с московских гастрономических рынков [Электронный ресурс]. URL: <https://www.the-village.ru/village/food/food-news/345395-market-delivery>
7. Логистические тренды 2019-2020 [Электронный ресурс]. URL: <http://seanews.ru/2018/12/11/ru-logisticheskie-trendy-2019-2020/>
8. Пулинг и розничные сети: 5 важных преимуществ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artlogics.ru/blog/pooling-for-retailers/>
9. Экономика sharing [Электронный ресурс]. URL: <http://kaspersky.vedomosti.ru/zhizn/economy>
10. Botsman R., Rogers R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, Harper Business, 2010.

---

<sup>13</sup> Пулинг и розничные сети: 5 важных преимуществ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artlogics.ru/blog/pooling-for-retailers/>

11. Sharing economy: тенденции и перспективы [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/company/kabanchik/blog/300512/>

## **ESSENCE, MAIN FEATURES AND PRINCIPLES OF UBERIZATION AS NEWEST BUSINESS MODEL OF ACTIVITY OF THE MODERN COMPANIES: MERITS AND DEMERITS**

*Voronkova Darya Antonovna,*

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)  
117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6

*Within article emergence of a business model of the uberization which became result of historical development of economy of joint consumption is analysed. Its essence, the basic principles and also the increased relevance of application in modern economic conditions of managing is designated. The main features and the key principles of realization in practical activities of the modern companies of a business model of uberization are characterized, key pluses and minuses of its application from the point of view of various parties which are taking part in this interaction are designated. The uberization business model role for development of economy of new type in general, and subjects of managing in particular is designated, its modern and perspective trends are characterized.*

**Keywords:** *vikinomika, joint consumption, resources of the enterprise, transformation of business processes, network cooperation, business uberization.*

**JEL-codes:** *A11, B41, D11, L10.*