

СТРАТЕГИИ И ИННОВАЦИИ

УДК 378 JEL D12 L14 M21

DOI 10.26425/1816-4277-2020-8-48-56

Блинникова Алла Викторовна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»,
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0003-4561-8894
e-mail: av_blinnikova@guu.ru

Данилина Ольга Михайловна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»,
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-7936-8291
e-mail: om_danilina@guu.ru

Дашков Андрей Александрович
канд. техн. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»,
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-9850-5319
e-mail: aa_dashkov@guu.ru

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ И ШЕРИНГОВАЯ ЭКОНОМИКА

Аннотация. Проанализированы некоторые аспекты цифровой трансформации как составляющей части индустрии 4.0. Через историческую ретроспективу показаны отличительные черты прошедших промышленных революций. Отмечены характерные черты текущих перемен в развитии экономики, связанные с глобальной промышленной интернет-инфраструктурой, большими данными, облачными технологиями, машинным обучением, искусственным интеллектом, выступающие драйверами изменений. Особое внимание уделено рассмотрению экономики совместного пользования (шеринговой экономики). Проведен анализ шеринговой экономики в России и за рубежом, а также приведены наиболее популярные типы решений экономики совместного использования, представленные по структуре: решение / описание / примеры зарубежных площадок / примеры российских площадок. Сделан вывод об устойчивости тренда на развитие экономики совместного пользования.

Ключевые слова: бизнес-модели, big data, машинное обучение, индустрия 4.0, искусственный интеллект, интернет-инфраструктура, информационно-коммуникационные технологии, облачные технологии, сервисная экономика, тренды, цифровая трансформация, шеринговая экономика.

Цитирование: Блинникова А.В., Данилина О.М., Дашков А.А. Цифровая трансформация и шеринговая экономика // Вестник университета. 2020. № 8. С. 48–56.

Blinnikova Alla
Candidate of Economic Sciences,
State University of Management,
Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-4561-8894
e-mail: av_blinnikova@guu.ru

Danilina Olga
Candidate of Economic Sciences,
State University of Management,
Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-7936-8291
e-mail: om_danilina@guu.ru

Dashkov Andrey
Candidate of Technical Sciences,
State University of Management,
Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-9850-5319
e-mail: aa_dashkov@guu.ru

DIGITAL TRANSFORMATION AND THE SHARING ECONOMY

Abstract. Some aspects of digital transformation as a component of industry 4.0. have been analysed. The distinctive features of past industrial revolutions have been shown through historical retrospect. The characteristics of current changes in the development of the economy, related to the global industrial Internet infrastructure, Big Data, cloud technologies, machine learning (Machine Learning), artificial intelligence, acting as drivers of changes have been noticed. Special attention has been paid to the consideration of the sharing economy (sharing economy). The sharing economy in Russia and abroad has been analysed, and also most popular types of solutions for the sharing economy have been given, presented by structure: solution / description / examples of foreign sites / examples of Russian sites. It has been concluded about the stability of the trend for the development of the shared economy.

Keywords: artificial intelligence, big data, machine learning, business models, cloud technologies, digital transformation, industry 4.0, information and communication technologies, Internet infrastructure, service economy, sharing economy, trends.

For citation: Blinnikova A.V., Danilina O.M., Dashkov A.A. (2020) Digital transformation and the sharing economy. *Vestnik universiteta*. 1. 8, pp. 48–56. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-8-48-56

Мир вступил в новую экономическую эпоху – период цифровой трансформации, который принципиально меняет взгляды на построение и функционирование современных организаций. Взгляд в историю подсказывает, что каждая промышленная революция порождает новые принципы организации работ. Первая

© Блинникова А.В., Данилина О.М., Дашков А.А., 2020. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The Author(s), 2020. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



промышленная революция привела к разделению труда на ряд операций, которые раньше выполнял мастер-ремесленник, вторая – к конвейеру и появлению транснациональных корпораций, третья – к автоматизации производства в результате научно-технической революции.

Если автоматизация производства определяла систему управления в третьей промышленной революции в отношении каждой сферы производства и конкретной организации, то в основе индустрии 4.0 лежит развитие глобальной промышленной интернет-инфраструктуры [5]. Различные методы сбора и анализа данных, облачные технологии, машинное обучение, искусственный интеллект являются ключевыми драйверами изменений. Индустрия 4.0 трансформирует и открывает новые перспективы для рынка труда.

Позиции России достаточно прочные. Степень проникновения сети «Интернет» (далее – Интернет) составляет около 76 % при 75 % городского населения, в стране насчитывается более 248 млн мобильных устройств, 85 % пользователей заходят в сеть ежедневно [4]. Летом 2017 г. Правительство Российской Федерации утвердило программу «Цифровая экономика Российской Федерации» до 2025 г., в рамках которой планируется внедрение прорывных, сквозных технологий в ведущие отрасли экономики [1]. Программа должна реализовать потенциал нового экономического уклада для повышения национального благосостояния. Особенностью принятой программы является полноценное участие государства в создании новой глобальной экономической экосистемы. Понятно, что успех программы всецело зависит от способности выстроить новые системы управления, не пытаясь перенести опыт «стабильного» прошлого в современный изменчивый мир, требующий быстрой и адекватной переработки больших массивов информации.

Обобщая мнения исследователей, можно утверждать, что концепция цифровой трансформации основывается на нескольких составляющих:

1) использование информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) в процессах создания ценности и получения конкурентных преимуществ организаций посредством формирования современного управленческого мышления, предложений новых продуктов и услуг, новых бизнес моделей и новых экономических отношений;

2) клиентоориентированность, включающая:

– удовлетворение персонифицированных потребностей различных заинтересованных сторон с использованием ИКТ, новой культуры потребления и коммуникаций;

– получение и анализ клиентского опыта;

3) интеграция знаний, компетенций, технологий, продуктов/услуг;

4) использование интерактивных обучающих процессов, основанных на идеологии Agile.

Экспертами принято выделять следующие тренды цифровой трансформации, которые сохранят свою актуальность в ближайшие несколько лет:

1) способность к адаптации приобретает все большее значение в бизнесе, чем когда-либо. Компании добьются успеха, если им удастся быстро приспособиться к запросам рынка и использовать современные технологии. Но не стоит забывать, что цифровая трансформация – это не только технологии, но и их синергия с корпоративной культурой компаний;

2) прогрессирующее значение пользовательского опыта. Пользовательский опыт (в том числе и сотрудников компании) является ключевой целью любого цифрового переустройства. Клиенты сегодня более требовательны, чем когда-либо – они незамедлительно откажутся от брендов, которые не совпадают с их ценностями и потребностями;

3) активное внедрение инноваций – одна из ключевых способностей компаний, позволяющая им оставаться конкурентоспособными в условиях динамично развивающегося рынка [3].

В настоящий период одной из определяющих закономерностей общественного развития является опережающий рост сферы услуг по сравнению с материальным производством. В услугах интегрируются многие факторы экономического роста: нематериальные активы, информационные технологии, научные и технические знания, глобализация и т. д. Многочисленные нововведения в жизни общества сегодня невозможны без существования информационных, транспортных, страховых, финансовых и других видов услуг. Кроме того, услуги являются неотъемлемыми составляющими большинства товаров, которые становятся все более технологически сложными. Продвижение таких товаров требует развитой сети услуг, оказываемых во время продвижения, сбыта и послепродажного обслуживания.

Процессы цифровизации изменяют картину конкуренции и размывают границы различных отраслей экономики. ИКТ обусловили развитие ряда рынков услуг, к которым относятся: онлайн-торговля, финансовые услуги, социальные интернет-сервисы, образование, здравоохранение, госуслуги и другие, однако глубина влияния и скорость происходящих в каждой отрасли изменений различны. Мобильные приложения, онлайн-банкинг, блокчейн-реестры в страховых компаниях, таргетированная реклама и медицинская диагностика, использующие большие данные и искусственный интеллект, торговые площадки стали успешными примерами использования новых ИКТ.

В целом, переход к цифровой экономике определяют:

- ориентация на потребности клиента;
- ориентация на мобильность и скорость;
- ориентация на данные.

Такие ориентиры требуют изменения бизнес-моделей в направлении, обеспечивающем индивидуализацию предлагаемых на рынке товаров и услуг. Основопологающим для цифровой экономики становится принцип «все как услуга», причем услуга, ориентированная на совместное использование информационных ресурсов с учетом требований интероперабельности и безопасности [2].

Главным действующим лицом в цифровой экономике является потребитель, как внешний, так и внутренний. Оказание услуг становится преобладающим видом деятельности. Экономика, где доминирует производство услуг, определяется как экономика услуг или сервисная экономика, а ее субъектами экономических отношений являются сервисные организации. Знания в такой экономике превращаются в стратегический ресурс, притягивая дальнейшие изменения в областях, отвечающих за развитие знаний.

Важнейшим фактором перехода к сервисной экономике являются трансформации клиентского обслуживания. Именно клиент, отличающийся от потребителя активным вовлечением в процесс формирования своего ценностного предложения, сегодня является ключевым действующим лицом рынка. Клиент будет там, где ему своевременно, удобно, комфортно предоставят необходимые и качественные продукты или услуги. В таких условиях бизнес должен иметь способность адаптироваться к быстро меняющейся культуре потребления. Для этого бизнесу необходимы инструменты аналитики, вариативности, скоринга, омниканальности, прогнозирования.

Сегодня мы наблюдаем, как цифровой мир принципиально изменяет способы построения и управления сервисными организациями. Возникающие при этом проблемы можно связать прежде всего со следующими вызовами:

- изменение объекта и субъекта управления;
- управление развитием / трансформацией организаций в быстроменяющейся среде;
- вызов двойной сложности – изменение не только внешнего, но и внутреннего содержания экономических явлений;
- вызов разделенности – необходимость в интеграции объектов и субъектов управления всех уровней.

Перечисленные вызовы в практике сервисной экономики на первый план выдвигают взаимодействие между субъектами и объектами управления [12].

В рамках концепции индустрии 4.0 предусматривается сквозная цифровизация всех физических активов и их интеграция в цифровую экосистему вместе с партнерами и клиентами, участвующими в цепочке создания ценности. Сквозная цифровизация включает:

- цифровизацию и интеграцию вертикальных и горизонтальных цепочек создания ценности;
- цифровизацию продуктов и услуг;
- цифровые бизнес-модели и доступ клиентов.

Использование прорывных технологий приводит к глубоким преобразованиям самих продуктов и услуг, а также экономических и бизнес-моделей организаций. Фактически это и есть цифровая трансформация, в результате которой, существенно меняется как ценность для клиентов, так и сама система ее создания, поскольку ИКТ позволяют сформировать принципиально новые цепочки добавленной ценности.

Важнейшим современным понятием является «бизнес-модель». В соответствии с бизнес-гуру Прахаладом и Рамасвами, бизнес-модель понимается, как универсальная категория для проведения анализа, чтобы понять, как в результате сочетания различных ресурсов и проведения множества бизнес-процессов, создается

ценность для потребителя, и, как некоторые фирмы создают уникальную ценность [14]. Классик построения бизнес-моделей А. Остервальдер придерживается мнения, что бизнес-модель – это представление о том, как организация делает (или намеревается сделать) деньги и как бизнес-модель описывает ценность, которую организация предлагает различным клиентам; отражает способности организации; перечень партнеров, требуемых для создания, продвижения и поставки этой ценности клиентам; отношения капитала, необходимые для получения устойчивых потоков дохода [13]. Исходя из приведенных определений и анализируя другие подходы, можно сделать вывод, что общими (классическими) элементами бизнес-модели организации, определяющими ее содержание, являются:

- ценность для внешних клиентов;
- система создания этой ценности;
- активы для создания ценности;
- формула прибыли [8; 9; 10; 11; 17].

Цифровая трансформация требует построения гибкой бизнес-модели организации, позволяющей ей быть успешной в постоянно меняющейся экономической среде. Сегодня выделяют три направления цифровой трансформации, связанные с клиентским опытом, операционными процессами и новой бизнес-моделью. Выбор пути зависит от ресурсов и способностей организации.

Выше уже было сказано о появлении новых экономических моделей, объединяющих мир товаров с миром услуг. Одним из ярких примеров является экономика совместного потребления или шеринг-экономика (Sharing Economy), понимаемая как социально-экономическая модель, где происходит осознанный отказ от частной собственности в пользу собственности коллективной. Фактически получается, что шеринговая экономика, по словам Сергея Федоринов, предпринимателя и основателя компании «Юлмарт», «это IT-реинкарнация идеи коллективного хозяйства в абсолютно рыночной и прагматичной среде» [7].

Коллективная собственность – явление не новое, но сегодняшняя «шеринг экономика» отличается двумя новыми тенденциями:

- главное не экономия средств, а комфорт, удобство и богатство выбора для потребителя;
- глобализация, стирание границ, развитие Интернета и популярность удаленной работы.

Исследования показывают, что экономика шеринга прошла 5 этапов (табл. 1).

Таблица 1

Этапы развития шеринговой экономики

№	Этап	Сущность
1	Second hand sharing	обмен одеждой и книгами в библиотеках (офлайн)
2	Torrent sharing	шеринг фильмов, музыки и любых файлов (онлайн)
3	Uber sharing	шеринг домов, офисов и транспорта (объединение онлайн и офлайн)
4	Social sharing	обмен социальными статусами
5	Conscious sharing	трансформацию сознания (размытие социальных статусов и ценностных ориентиров, исключение посредников)

Источник: [6]

Объем шеринговой экономики сегодня показывает экспоненциальный рост. Эксперты McKinsey прогнозируют, что к 2025 г. половина мировой экономики будет задействована в совместных моделях потребления. Потенциал роста объема рынка шеринговой экономики, по оценке PricewaterhouseCoopers (PwC), значительно выше текущего: отрасль способна вырасти до 335 млрд долл. США к 2025 г. (в 2014 г. ее объем оценивался в 14 млрд долл. США) за счет пяти ключевых секторов: путешествий, совместного использования автомобилей, финансов, поиска персонала, а также потоковой передачи музыки и видео.

Согласно отчету, опубликованному исследовательским центром Pew Research Center 72 % населения США использовали какой-либо общий или по требованию онлайн-сервис [16]. Услуги, к которым они обращались, были следующими:

- приобретение подержанных или секонд-хенд товаров онлайн (50 %);

- использование программы, предлагающей доставку в тот же день или ускорение доставки (41 %);
- приобретение билетов у интернет-реселлера (28 %);
- приобретение изделий ручной или кустарной работы онлайн (22 %);
- участие в онлайн-проекте по сбору средств (22 %);
- использование приложения для езды на велосипеде (15 %);
- использование онлайн-сервисов (11 %);
- заказ доставку продуктов онлайн из местного магазина (6 %);
- работа в общем офисном помещении (4 %);
- найм для поручения / задачи онлайн (4 %);
- сдача одежду или других товары на короткое время онлайн (2 %).

Одним из самых эффектных примеров грандиозного успеха шеринговой экономики служит пример Airbnb, одного из лидеров экономики совместного использования, в сравнении с другими традиционными гигантами этой индустрии. Это триумф бизнес-модели экономики совместного использования. Показатели деятельности представлены в таблице 2.

Таблица 2

Показатели деятельности гигантов индустрии размещения

Компания	Число комнат, млн	Год основания	Рыночная капитализация, млрд долл. США	Недвижимое имущество, млрд долл. США
Marriott	1,1	1957	16	0,985
Hilton	0,745	1919	19	9,1
Airbnb	> 2	2008	30	0
Intercontinental Hotel Group	0,727	1988	9	0,741

Источник: [15]

Рассмотрим наиболее популярные типы решений экономики совместного использования, представленные по структуре: Решение / Описание / Примеры зарубежных площадок / Примеры российских площадок.

Таблица 3

Наиболее популярные типы решений экономики совместного использования

№	Решение	Описание	Зарубежные площадки	Российские площадки
1	Одноранговое кредитование (англ. peer-to-peer lending)	Кредитование физических лиц физическими лицами, без участия традиционных финансовых игроков, таких как банки. Такое кредитование происходит с помощью онлайн-площадки с использованием различных кредитно-финансовых инструментов проверки	– Zopa (zopa.com) – за время существования с 2005 г. выдала заемщикам более 388 млн фунтов; – LendingClub, Prosper – американские площадки	– WebMoney Transfer (webmoney.ru) – международная система расчетов и среда для ведения бизнеса в сети, основана в 1998 г. За это время к системе присоединилось более 40 млн человек по всему миру; – Вдолг.ру (vdolg.ru); – Loanberry (loanberry.ru) и др.

№	Решение	Описание	Зарубежные площадки	Российские площадки
2	Краудфандинг (англ. crowdfunding)	Коллективные инвестиции учредителей/доноров в проекты разной направленности (предпринимателей, художников и др.)	<ul style="list-style-type: none"> – Kickstarter (kickstarter.com) – одна из первых международных платформ с большим авторитетом, собрала больше 4 млрд долл. США; – Indiegogo (indiegogo.com); Fundable (fundable.com); RocketHub (crowdfunder.com/rockethub); Вдолг.ру (vdolg.ru); Loanberry (loanberry.ru) и др. 	<ul style="list-style-type: none"> – «С миру по нитке» (smiron.ru) – платформа, позволяющая совместными силами реализовывать различные проекты; – «Руфандер»; Boomstarter.ru; Planeta.ru; Kroogi; ThankYou.ru; Together; Naparapet; – StartTrack; CrowdPress и др.
3	Краудсорсинг (англ. crowdsourcing)	Привлечение к решению проблем инновационной и производственной деятельности широкого круга специалистов	<ul style="list-style-type: none"> – 99designs – самая популярная площадка для краудсорсинга в сфере дизайна; – foursquare.com – геолокационная социальная сеть, предоставляет сервис по определению местонахождения и оповещанию при помощи мобильных устройств и функции геопозиционирования; – Yahoo!Answers – сервис вопросов и ответов; – digg.com – новостной сайт, где все публикации создаются и оцениваются пользователями; – upwork.com – глобальный интернет-сервис и набор программных средств для работодателей, которые предпочитают работать с фрилансерами на удаленной основе; – Waze – сервис, который позволяет людям сообщать о пробках и давать указания по наиболее оптимальным маршрутам 	<ul style="list-style-type: none"> – godesigner.ru – российский аналог 99designs. – yandex.пробки – сервис позволяет пользователям через специальную карту просматривать в режиме реального времени ситуацию на дорогах. – Ответы@Mail.Ru – аналог сервиса вопросов и ответов Yahoo!Answers. – smi2.ru – социальный новостной портал, аналогичный digg.com. – fl.ru – российский аналог upwork.com
4	Аренда (Renting)	Аренда квартир / домов и каучсерфинг (обмен гостеприимством)	<ul style="list-style-type: none"> – платформы Airbnb, VRBO, Couchsurfing соединяют домовладельцев с людьми, которым нужно место для проживания во время путешествия 	<ul style="list-style-type: none"> – Keyrent.ru – сервис для аренды квартир без личных встреч; – Онлайн24.ру
5	Райдшеринг (англ. ridesharing – совместная поездка на автомобиле) и каршеринга (англ. carsharing – краткосрочная аренда/прокат машины)	Эти услуги предлагают преимущества по сравнению с традиционным владением автомобилем, такие как отсутствие необходимости платить за газ, страхование автомобиля и техническое обслуживание, позволяют временно использовать транспортное средство, принадлежащее коммерческой или некоммерческой организации, и платить только за время вождения	<ul style="list-style-type: none"> – услуги райдшеринга включают: Uber и Lyft, Via, Juno; – услуги каршеринга: Car2Go и ZipCar 	<ul style="list-style-type: none"> – в России на рынке райдшеринга работает французский BlaBlaCar, BeepCar; – в России на рынке каршеринга: Делимобиль, BelkaCar, Яндекс.Драйв

№	Решение	Описание	Зарубежные площадки	Российские площадки
6	Велошеринг (англ. bike-sharing)	Система совместного использования велосипедов	<ul style="list-style-type: none"> – сеть Vélib' в Париже на сегодня считается крупнейшей программой велосейринга в мире и состоит из 20 тыс. велосипедов на 1 450 станциях; – сеть Nextbike в Восточной Европе и Украине; – Сеть Vixi в Монреале – крупнейшая в Северной Америке; – BCycle (США) охватывает сети велосейринга в 47 городах 21 штата США 	<ul style="list-style-type: none"> – Велобайк – система совместного использования велосипедов в Москве; – «Велогород» – система совместного использования велосипедов в Санкт-Петербурге; – Veli'K служба велопроката в Казани
7	Коворкинг (англ. coworking)	Позволяет разделить расходы на аренду офиса, коммунальные услуги, хранение, почту и канцелярские принадлежности с коллегами и другими профессионалами	<ul style="list-style-type: none"> – WeWork (США) – крупнейшая в мире сеть коворкингов; – Galvianize (США) – здесь работают сотрудники Силиконовой долины 	–
8	Перепродажа и торговля (англ. reselling and trading)	Покупка, продажа и торговля поддержанными товарами без личного взаимодействия	– eBay; Craigslist; Kidizen	– Avito, Юла
9	Обмен знаниями и талантами (англ. knowledge and talent sharing)	Позволяет предложить дополнительные навыки и знания, которые вы не используете в повседневной работе людям, нуждающимся в услуге, или найти мастера для себя	<ul style="list-style-type: none"> – TaskRabbit, Zaarly, LivePerson, Simplist, Mechanical Turk и другие; – Quirky – шеринг по инновациям и обмену идеями 	– YouDo.com, PapaJobs
10	Медуслуги (англ. medical services)	Совместное использование услуг в здравоохранении связывает потенциальных пациентов с врачами и позволяет им назначать встречи в Интернете	– ZocDoc; br Online Appointment; AI Med; Health Tec Trilogy	–
11	Другие нишевые услуги	Такие услуги, как обмен продуктами питания и напитками, досуг и развлечения, экологические решения, решения для здоровья и фитнеса и другие услуги	<ul style="list-style-type: none"> – DogVacay (США): присмотр за собаками; – Molisan; – Sharing E Umbrella (Китай): трендовая услуга в Китае, позволяет клиентам арендовать зонтики, заплатив возвращаемый депозит и использовать их в течение 15-дней; – шеринг зарядных устройств (Китай); – JetSmarter (Дубай) – аренда частных самолетов; – Boatbound (США) – аренда лодок и яхт; – LeftoverSwap – приложение, в котором вы можете передать кому-то свою заказанную еду; – Spinlister: обмен и аренда спортивного снаряжения; – баскетбольный шеринг (Китай); – Sansar Social VR, VR-bnb – аренда оборудования; AR и VR; – AltspaceVR – погружение в VR 	–

Составлено авторами по материалам исследования

Представленная выше информация подтверждает, что сегодня сервисную экономику характеризуют:

- клиентоцентричность, то есть продукты и сервисы строятся вокруг клиентов;
- сервисность – все есть сервис;
- платформенность – продукты становятся платформой для клиентского сервиса;
- целостность – общее впечатление от услуг зависит от качества обслуживания в каждой точке контакта.

Изучение сферы услуг и сервисных организаций имеет сегодня особое значение в экономике. Разработаны как классические концепции, так и авторские методики по обеспечению качества в сервисе. Большинство подходов основываются на идее соответствия ожиданий потребителя и восприятия полученной услуги. Бизнес-практика подтверждает актуальность этой идеи.

Библиографический список

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» // Правительство Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB7915v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 21.05.2020).
2. Макаровская, А. И. Формирование конкурентоспособности предприятия сферы услуг в период развития цифровой экономики // Цифровая экономика в социально-экономическом развитии России: Сборник научных трудов по итогам Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых Санкт-Петербургского государственного экономического университета, Санкт-Петербург, 24 ноября 2017 г. / под ред. Е. А. Горбашко. – Санкт-Петербург, 2018. – С. 181-185.
3. Тибилова, В. Э., Деткина, Д. А. Цифровая трансформация бизнеса: взгляд в будущее // Проблемы общества и экономики, основанных на знании: инновации и неоиндустриализация: сборник научных статей молодых исследователей. Вып. 10. / науч. ред. В. В. Ермоленко. – Краснодар, 2018. – С. 75-85.
4. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России // WebCanape [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/ (дата обращения: 21.05.2020).
5. «Индустрия 4.0»: создание цифрового предприятия // PwC [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.pwc.ru/ru/technology/assets/global_industry-2016_rus.pdf (дата обращения: 21.05.2020).
6. Осман, Я. Надо делиться: как шеринг-экономика превращает потребителя в предпринимателя // Forbes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/360815-nado-delitsya-kak-shering-ekonomika-prevrashchaet-potrebitelya-v> (дата обращения: 21.05.2020).
7. Федоринов, С. Коммунизм, который никто не строил: куда нас заведет шеринговая экономика // Forbes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/378581-kommunizm-kotoryy-nikto-ne-stroil-kuda-nas-zavedet-sheringovaya-ekonomika> (дата обращения: 21.05.2020).
8. Джонсон, М., Кристенсен, К., Кагерманн, Х. Обновление бизнес-модели // Harvard Business Review Россия. – 2009. – № 3. – С. 63-72.
9. Debelak, D. Business models made easy. – Entrepreneur Press, 2006. – 361 p.
10. Hamel, G. Leading the revolution. – Boston: Harvard Business School Press, 2000. – 333 p.
11. Kim, W. C., Mauborgne, R. Blue ocean strategy: how to create uncontested market space and make competition irrelevant. – Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2005. – 240 p.
12. Laloux, F., Wilber, K. Reinventing organizations: a guide to creating organizations inspired by the next stage in human consciousness. – Nelson Parker, 2014. – 360 p.
13. Osterwalder, A., Pigneur, Y. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. – John Wiley & Sons, 2013. – 288 p.
14. Prahalad, C. K., Ramaswamy, V. The future of competition: co-creating unique value with customers. – Harvard Business Press, 2004. – 272 p.
15. Sharing Economy // Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://index.co/market/sharing-economy/companies> (дата обращения: 21.05.2020).
16. Sharing Economy and Collaborative Consumption: definition, examples, market size and statistics 2018, recent trends // Lovata [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lovata.com/blog/sharing-economy-collaborative-consumption-definition-statistics-examples.html> (дата обращения: 21.05.2020).
17. Slywotzky, A. J. Value migration: how to think several moves ahead of the competition. – Boston: Harvard Business School Press, 1996. – 327 p.

References

1. Programma «Tsifrovaya ekonomika Rossiiskoi Federatsii» [Program “Digital Economy of the Russian Federation”]. Pravitel'stvo Rossiiskoi Federatsii [Government of the Russian Federation]. Available at: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FH-j4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (accessed 21.05.2020).
2. Makarovskaya A. I. Formirovanie konkurentosposobnosti predpriyatiya sfery uslug v period razvitiya tsifrovoi ekonomiki [Formation of competitiveness of the enterprise in the service sector during the development of the digital economy]. Tsifrovaya ekonomika v sotsial'no-ekonomicheskom razvitii Rossii: Sbornik nauchnykh trudov po itogam Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii molodykh uchenykh Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta, Sankt-Peterburg, 24 noyabrya 2017 g. [Digital economy in socio-economic development of Russia: Collection of scientific papers on the results of the All-Russian Scientific and Practical Conference of Young Scientists of the Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, November 24, 2017], pod red. E. A. Gorbashko. St. Petersburg, 2018. Pp. 181-185.
3. Tibilova V. E., Detkina D. A. Tsifrovaya transformatsiya biznesa: vzglyad v budushchee [Digital transformation of business: prospection into the future.]. Problemy obshchestva i ekonomiki osnovannykh na znanii: innovatsiya i neoindustrializatsiya. Sbornik nauchnykh statei molodykh issledovatelei. Vyp. 10 [Problems of knowledge-based society and economy: innovation and neo-industrialization. Collection of scientific articles by young researchers, Issue 10]. Nauchnyi redaktor V.V. Ermolenko. Krasnodar, 2018. Pp. 75-85.
4. Vsyta statistika interneta na 2019 god – v mire i v Rossii. [All Internet statistics for 2019 – in the world and in Russia]. WebCanape. Available at: www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/ (accessed 21.05.2020).
5. “Industriya 4.0”: sozдание tsifrovogo predpriyatiya. [“Industry 4.0”: creating a digital enterprise]. PwC. Available at: https://www.pwc.ru/ru/technology/assets/global_industry-2016_rus.pdf (accessed 21.05.2020).
6. Osman Ya. Nado delit'sya: kak shering-ekonomika prevrashchaet potrebitelya v predprinimatelya. [It is necessary to share: how the sharing economy turns a consumer into an entrepreneur]. Forbes. Available at: <https://www.forbes.ru/profile/354865-ya-na-osman> (accessed 21.05.2020).
7. Fedorinov S. Kommunizm, kotoryi nikto ne stroil: kuda nas zavedet sheringovaya ekonomika [Communism, which no one built: where the sharing economy will lead us]. Forbes. Available at: <https://www.forbes.ru/biznes/378581-kommunizm-kotoryy-nikto-ne-stroil-kuda-nas-zavedet-sheringovaya-ekonomika> (accessed 21.05.2020).
8. Dzhonson M., Kristensen K., Kagermann H. Obnovlenie biznes-modeli [Updating the business model]. Harvard Business Review Rossiya [Russia], 2009, no. 3, pp. 63-72.
9. Debelak D. Business models made easy. Entrepreneur Press, 2006. 361 p.
10. Hamel G. Leading the revolution. Boston, Harvard Business School Press, 2000. 333 p.
11. Kim W. C., Mauborgne R. Blue ocean strategy: how to create uncontested market Space and make competition irrelevant. Boston, Massachusetts, Harvard Business School Press, 2005. 240 p.
12. Laloux F., Wilber K. Reinventing organizations: a guide to creating organizations inspired by the next stage in human consciousness. Nelson Parker, 2014. 360 p.
13. Osterwalder A., Pigneur Y. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons, 2013. 288 p.
14. Prahalad C. K., Ramaswamy V. The future of competition: co-creating unique value with customers. Harvard Business Press, 2004. 272 p.
15. Sharing Economy. Index. Available at: <https://index.co/market/sharing-economy/companies> (accessed 21.05.2020).
16. Sharing Economy and Collaborative Consumption: definition, examples, market size and statistics 2018, recent trends. Lovata. Available at: <https://lovata.com/blog/sharing-economy-collaborative-consumption-definition-statistics-examples.html> (accessed 21.05.2020).
17. Slywotzky A. J. Value migration: how to think several moves ahead of the competition. Boston, Harvard Business School Press, 1996. 327 p.