

УДК 330:004.89
DOI: 10.26140/anie-2020-0902-0051

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ DI-DI TAXI КАК ПРИМЕР ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СЕРВИСНОГО БИЗНЕСА

© 2020
SPIN: 7724-6994
AuthorID: 379603
ResearcherID: E-3887-2016
ORCID: 0000-0001-8055-8597

Масюк Наталья Николаевна, доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры экономики и управления

Чжао Чэнь, аспирант кафедры экономики и управления
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, Гоголя, 41, e-mail: zchen_007@qq.com)

Аннотация. Институциональные изменения бизнес-среды, вызванные цифровой трансформацией, являются современной тенденцией. Цифровой мир живет и работает по-новому, заставляя людей осваивать новые гаджеты и устанавливать новые приложения, облегчающие не только их работу, но и их повседневную жизнь. На смену существующим бизнес-моделям приходят новые, основанные на платформенных решениях. В условиях становления цифровой экономики для того, чтобы эффективно справляться с проблемами цифровой трансформации, предприятия должны усилить системные изменения, использовать цифровые технологии, знания и информацию в качестве ключевых факторов производства, а также координировать стратегии развития, технические системы, производственные системы, бизнес-модели и т. д. Комплексная трансформация ускоряет трансформацию новых конкурентных возможностей и формирует новую бизнес-модель производственных услуг, что позволяет постоянно приобретать и удерживать устойчивые конкурентные преимущества в эпоху цифровизации. Статья посвящена описанию бизнес-модели такси через приложение «Didi Chuxing», которое изменило традиционный способ заказа такси, а также создало инновационный стиль использования цифровых технологий. Приведены некоторые статистические данные по использованию платформенных бизнес-моделей Getts, Uber и di-di приложения в Китае и в мире.

Ключевые слова: цифровизация, di-di приложение, сервисные услуги, такси, бизнес-модель.

BUSINESS MODEL OF DI-DI TAXI AS AN EXAMPLE OF DIGITAL TRANSFORMATIONS IN THE SERVICE BUSINESS

© 2020

Masyuk Natalya Nikolaevna, Doctor of Economical Science, Professor, Professor
of Economics and Management Department

Chao Chen, postgraduate student of Economics and Management Department
Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, Gogol str., 41, e-mail: zchen_007@qq.com)

Abstract. Institutional changes in the business environment caused by digital transformation are a current trend. The digital world lives and works in a new way, forcing people to learn new gadgets and install new applications that facilitate not only their work but also their daily life. Existing business models are being replaced by new ones based on platform solutions. In the context of the digital economy, in order to effectively cope with the problems of digital transformation, enterprises must strengthen systemic changes, use digital technologies, knowledge, and information as key factors in production, and coordinate development strategies, technical systems, production systems, business models, etc. Complex transformation accelerates the transformation of new competitive opportunities and forms a new business model of production services, which allows constant but to acquire and maintain sustainable competitive advantages in the digital age. The article describes the taxi business model through the Didi Chuxing application, which has changed the traditional way of ordering a taxi, as well as creating an innovative style of using digital technologies. Some statistics on the use of Getts, Uber, and di-di platform business models in China and in the world are presented.

Keywords: digitalization, di-di application, services, taxi, business model.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Высокий спрос на услуги такси в мире обусловлен растущими потребностями людей, с одной стороны, и растущим предложением со стороны сервисных компаний, с другой, что заставляет их по-новому смотреть на свои бизнес-модели и искать эффективные цифровые решения для поддержания конкурентных преимуществ.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных раньше частей общей проблемы. Поиск инновационных бизнес-моделей находит свое инновационное решение с внедрением цифровых технологий [1-7]. Одним из лидеров цифровизации является Китай [8]. Инновационные подходы к цифровизации лежат в основе сотрудничества многих стран [9], включая Россию и Китай [10]. В цифровой политике Китая большое внимание уделяется кибербезопасности [11, 12, 13].

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи (постановка задания). Целью данной статьи является описание особенностей использования бизнес-модели di-di такси для обслужи-

вания пассажиров с определением ее возможностей и вариантов трансформации.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. Основными методами при проведении данного исследования являлись метод наблюдения, методы сравнительного и ситуационного анализа, статистические методы.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

Цифровые технологии трансформируют практически все бизнес-процессы [14], появляются новые бизнес-модели как в производстве, так и в сервисе, включая транспортный сервис. Люди не могут путешествовать без личного или общественного транспорта. В отличие от прошлого, в последние пять лет путешествие стало более удобным. С помощью Интернета можно проверить автомобильные линии и определить, какая дорога более перегружена. Пять лет назад клиенту, который пользуется услугами такси, нужно было звонить в транспортную компанию, заказывать авто, ждать, когда за ним приедут. Стоимость проезда была высокой, а время ожидания непредсказуемым. Но потом появились интернет-приложения по вызову такси. Первым сервисом,

который упростил вызов такси, стал «Яндекс.Такси» [15], появившийся осенью 2011 г. Приложение Gett от израильской компании Gettaxi вышло в 2012 г. [16] Американский Uber пришел на российский рынок позже всех, в 2013 г. [17,18,19]. По данным самих компаний, приложение «Яндекс.Такси» скачали более 6 млн раз российские пользователи, а Gett – 10 млн раз по всему миру. Uber данные не раскрывает [15].

В Китае альтернативу всем подобным компаниям составила компания «Didi Chuxing», назвав свое такси «di-di» [20,21]. Приложение анализирует информацию, где в данный момент большое скопление людей. Число клиентов di-di такси возросло с 210 миллионов в 2014 году до 450 миллионов в 2019 году, увеличиваясь ежегодно более чем на 10% (рис. 1).

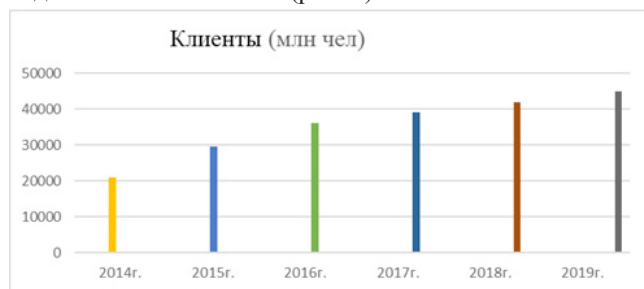


Рисунок 1 - Динамика количества клиентов di-di такси в Китае

Источник: составлено авторами по статистическим данным КНР

Didi Chuxing (ранее Didi Kuaidi) - китайская транспортная компания, которая связывает пользователей своих приложений для смартфонов с автомобилями и такси на прокат. Этот стартап был создан в феврале 2015 года, когда два крупнейших игрока Китая в мире, Didi Dache и Kuaidi Dache, объявили о слиянии капиталов на общую сумму 6 миллиардов долларов. В 2017 году было завершено 7,43 миллиарда поездок, и Didi Chuxing быстро стал главным китайским гонщиком. Основанная владельцами Cheng Wei, Zhang Bo и Wu Rui, компания обслуживает более 450 миллионов пользователей и установила партнерские отношения с семью ведущими мировыми компаниями: Grab, Lyft, Ola, Uber, Careem, 99 и Taxify. В рамках своей миссии «переопределить будущее мобильности» компания стремится использовать технологию искусственного интеллекта, чтобы помочь улучшить и развить транспортную отрасль. Она представила DiDi Labs в Маунтин-Вью, штат Калифорния, инициативу, предназначенную для расширения услуг вождения и безопасности на основе искусственного интеллекта. Didi также повысил уровень обычных поездок, предлагая все, от услуг проката автомобилей и совместного использования велосипедов, до «DiDi Designated Driving», службы, специализирующейся на пассажирах и любителях вечеринок

Основным цифровым элементом di-di сервиса является специальное цифровое устройство - сердце «di-di», причем это не только сердце продуктов «di-di», но и сердце бизнес-модели «di-di». Главный принцип «di-di» - найти способы помочь пассажирам и водителям удовлетворить их потребности. В частности, поскольку водители будут активно двигаться только при получении заказа, они могут сэкономить на стоимости бензина. С точки зрения общества, на улицах не будет чрезмерного трафика, чтобы эффективно избежать пробок. Очевидно, что Ди-ди обладает приличной ценностью для клиентов, водителей и общества.

При использовании программного обеспечения, специальное цифровое устройство будет записывать начальную и конечную точку пассажира, а затем анализировать цифровую информацию с более высокой частотой. В цифровом устройстве будет сформирована коммерческая карта. Если города рассматриваются как

плоские карты, то цифровая информация представляет собой виртуальные здания с высоким и низким уровнями. Чем выше частота, тем выше виртуальные здания, а точнее – их цифровой след. Высокий уровень будут иметь вокзалы, бизнес-центры, торговые центры, университеты и др. Например, в Пекине Всемирный торговый центр определенно будет очень высоким (рис.2).

Предположим, что в 1 час ночи в аэропорту Пекина будет много заказов одновременно, и вокруг будет много водителей. Если «di-di» решил отправить заказ нужному водителю, то водитель может слышать только один из множества заказов. Следовательно, рекомендация должна быть точной, тогда алгоритм будет эффективным. Расчет должен быть быстрым, а предложение - своевременным. Прежде чем отправить заказ водителю, «di-di» должен сначала проанализировать, насколько он заинтересован в заказе. В процессе проверки характеристик водителя «di-di» может достичь точности 80%. Среди них не только личные характеристики водителя, но и его система принятия решений, такие как скорость, время, направление, расстояние и т.д. Комплексный анализ позволяет проследить динамические характеристики, такие, к примеру, как позиционные отношения и временные соотношения между заказами. Кроме того, есть бонусы, которые более удобны, и степень влияния более положительна.

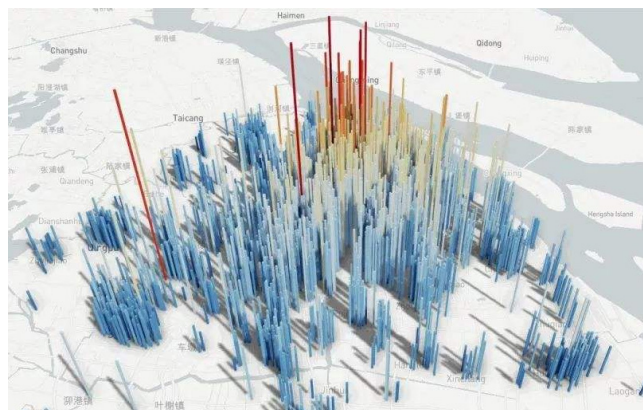


Рисунок 2 - Цифровой след Пекина в di-di

Источник: иллюстрации КНР [16]

Над этими стратегиями работают цифровые инструменты. «di-di» надеется максимизировать качество и активность пользователей с ограниченными ресурсами. Этого нельзя сделать с помощью человеческих способностей, только новейшие технологии могут достичь такого уровня. В процессе реализации акцент делается на архитектуре, операциях и продуктах.

Приложение «di-di» имеет более 450 миллионов пользователей и предоставляет услуги в более чем 400 городах Китая. Ежедневный объем заказов превышает 25 миллионов. Огромное накопление цифровых данных обеспечивает достоверную информацию для будущего планирования городского трафика и управления городским движением. Динамика среднемесячного количества клиентов di-di такси в 2014-2019 гг. показана на рис.3. Среднее количество активных пользователей в месяц в 2019 году официально превысило 120 миллионов.

Можно также отметить, что приложение di-di широко используется за пределами Китая, в частности, в США и многих других странах.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. Сравнительный анализ полученных результатов с исследованиями других авторов позволяет утверждать, что бизнес-модель di-di является самой эффективной в сегменте сервисных услуг. В 2018 году выручка компании составила 1,24 млрд долларов США при объеме продаж в 2,2 млрд долларов США. В том же году компания получила минус 977 млн дол-

ларов США от операционных убытков. В заключение можно сказать, что даже при том, что у него хорошая история роста, например, его выручка выросла более чем на 100% в прошлом году, но все еще пытается найти путь к положительной операционной прибыли, даже не говоря уже о чистой прибыли.



Рисунок 3 - Динамика среднего месячного количества клиентов di-di такси в 2014-2019 гг.

Источник: построено авторами по статистическим данным КНР

ВЫВОДЫ

Выводы исследования. Di-di, безусловно, является подрывным приложением для такси, которое экономит расходы и повышает эффективность работы как для пассажиров, так и для водителей. В то же время «di-di» использует цифровую информацию для оптимизации маршрутов движения и повышения эффективности дорожного движения, одновременно отслеживается цифровая информация и контролируется безопасность пассажиров для предотвращения трагических происшествий. Компания ожидает увеличения частоты использования своей мультимодальной платформы, поскольку она вводит новшества и расширяет предложения, что является основной ролью игрока на рынке транспортных услуг.

Перспективы дальнейших изысканий данного направления. Дальнейшие исследования целесообразно вести в направлении построения уникального шаблона платформенной бизнес-модели di-di.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Жерегеля А.В. Особенности цифровизации взаимоотношений на промышленном рынке. *Вестник университета*. 2020. № 1. С. 12-15.
2. Чумаченко Н.Э. Ориентиры цифровизации: тренды и преимущества. *Наука и общество*. 2019. № 3 (35). С. 76-80.
3. Масюк Н.Н., Чжао Ч., Васюкова Л.К. Управление изменениями и цифровые трансформации в эпоху цифровизации // В сборнике: Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2019. С. 253-258.
4. Головчин М.А. Влияние интернет-активности на жизнь в эпоху цифровизации общества и экономики: на данных регионального исследования // Актуальные проблемы экономики и права. 2019. Т. 13. № 3 (51). С. 1356-1369.
5. Слугин О.В., Белентьева Т.Н. Анализ влияния цифровой трансформации бизнеса на изменение бизнес-модели компании // Карельский научный журнал. 2019. Т. 8. № 4 (29). С. 104-107.
6. Якименко Д.В. Обзор проекта Ф3 «О цифровых финансовых активах» // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 2 (27). С. 194-196.
7. Чижишева О.П. Цифровая грамотность исследователя в условиях открытой науки // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2018. Т. 7. № 4 (25). С. 241-244.
8. Рейтинг экономик мира 2019. URL: <https://basetop.ru/rejting-ekonomik-mira-2019-tablitsa-vyp-stran-mira/> (дата обращения: 24.02.2020).
9. Digital China: Powering the economy to global competitiveness (2017). McKinsey global institute. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/cKinsey/Global%20Themes/China/Digital%20China%20Powering%20the%20economy%20to%20global%20competitiveness/MGI-Digital-China-Report-December-2017.ashx> (дата обращения: 02.02.2020).
10. Masjuk, N.N., Kiryanov A.E., Zhao Chen. Russia and China in the Global Digital Space; Opportunities for Cooperation // Proceedings of the 34th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), Madrid, Spain, 13-14 November, 2019.

11. China - The Law on Cybersecurity adopted (2017, February 1). IMEMO them. EAT. Primakova RAS. URL: https://www.imemo.ru/index.php?page_id=502&id=2882&ret=64034 (дата обращения 02.02.2020).
12. Chinese Cybersecurity: New Internet Law Comes into China (2017, May 19). RIA News. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/4290068> (дата обращения 13.01.2020).
13. Couturier, B. (2018, August 28). La Chine va-t-elle sauter une étape? France culture. URL: <https://www.franceculture.fr/emissions/le-tour-du-monde-desidees/le-tour-du-monde-desidees-du-mardi-28-aout-2018> (дата обращения 18.01.2020).
14. Масюк Н.Н., Бушуева М.А., Васюкова Л.К., Кирьянов А.Е. Платформы цифрового опыта и цифровой трансформации в инновационной экономике // Материалы III Международной научно-практической конференции «Resonances Science» (Карловы Вары, Чехия-Москва, Россия), 7-8 ноября 2018 г.
15. Принцип работы Яндекс-такси, Uber и Gett. URL: <https://vist-m.ru/articles/concept/> (дата обращения 20.02.2020)
16. Gett Announces Closure of Juno and Strategic Partnership With Lyft. URL: <https://www.prnewswire.com/il/news-releases/gett-announces-closure-of-juno-and-strategic-partnership-with-lyft-300960004.html> (дата обращения 14.02.2020).
17. Модель работы Uber и вызванные ей проблемы. URL: <https://habr.com/ru/post/285858/> (дата обращения 10.01.2020).
18. Uber Business Model Canvas: Know what led to Uber's success. URL: <https://jungleworks.com/uber-business-model-canvas-what-led-to-uber-success/>
19. Детальный разбор бизнес-модели Uber. URL: <https://vc.ru/transport/53591-detalnyy-razbor-biznes-modeli-uber> (дата обращения 14.01.2020).
20. Didi Chuxing. URL: <https://www.crunchbase.com/organization/didi-dache> (дата обращения 11.02.2020).
21. China's Didi Chuxing spins off autonomous driving unit. URL: <https://venturebeat.com/2019/08/05/chinas-didi-chuxing-spins-off-autonomous-driving-unit/> (дата обращения 01.02.2020).

Статья поступила в редакцию 01.04.2020
Статья принята к публикации 27.05.2020