

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ
16—18 июня 2016

«УБЕРИЗАЦИЯ». НОВАЯ ИНФРАСТРУКТУРА. НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ
СФЕРЫ УСЛУГ

17 июня 2016 г., 12:00—13:15
Конгресс-центр, Конференц-зал D1

Санкт-Петербург, Россия

2016

Модератор:

Аркадий Дворкович, Заместитель Председателя Правительства Российской Федерации

Выступающие:

Сергей Азатян, Сооснователь, управляющий партнер, Inventure Partners

Зиявудин Магомедов, Председатель совета директоров, группа «Сумма»

Шервин Пишевар, Сооснователь, управляющий партнер, Sherpa Capital LLC; сооснователь, председатель совета директоров, Hyperloop Technologies

Фрейзер Робинсон, Директор по развитию бизнеса по региону Европа, Ближний Восток и Африка, Uber Technologies Inc.

Густаво Сапожник, Главный исполнительный директор, ASAPP Inc

Михаил Соколов, Главный исполнительный директор, OneTwoTrip

А. Дворкович:

Добрый день, уважаемые коллеги! Приветствую вас на панельной сессии, посвященной теме «"Уберизация". Новая инфраструктура. Новая реальность сферы услуг», в рамках Петербургского международного экономического форума 2016 года. Спасибо всем собравшимся, прежде всего участникам дискуссии.

У нас сегодня хороший состав — это люди, которые знают тему и занимаются развитием соответствующих технологий в разных секторах экономики. Какие вопросы мы хотели бы обсудить в первую очередь? Сегодня вокруг технологий типа Uber существует много мифов. Многие представители традиционного бизнеса, правительства разных стран, особенно региональные, боятся, что внедрение этих подрывающих традиционные устои технологий может привести к потере рабочих мест и налогов и деструктивно повлиять на экономическую активность. В отдельных странах и городах вводятся жесткие меры регулирования, которые ограничивают такие способы развития бизнеса. В результате замедляются процессы обеспечения новыми продуктами и услугами большого числа людей, которые хотели бы получать соответствующие услуги быстрее, дешевле и в более массовом порядке. Сторонники этих технологий говорят о том, что, наоборот, и новые рабочие места создаются, и объем налогов увеличивается, и потребители получают больше выгоды; мобильность увеличивается, малый и средний бизнес развивается, качество услуг постоянно растет, уровень безопасности как минимум не снижается, а во многих случаях даже повышается за счет конкуренции и совершенствования стандартов работы.

Существуют две полярные точки зрения, но что бы ни говорили правительства и эксперты, жизнь идет своим чередом, и технологии внедряются. В крупных городах мы уже не обращаемся в традиционные таксопарки. Далек не все ходят в университеты, которые были созданы

сто, двести лет назад: люди пользуются технологиями дистанционного обучения и получают услуги со всего мира, применяют продукты и знания, которые создаются в режиме реального времени в любой точке мира, там, где им удобно, без необходимости перемещаться. Мы говорим и думаем о новых нишах, о новых идеях.

Вчера на встрече с Джеком Ма, президентом Alibaba, мы говорили о том, что если соединить его платформу электронной торговли с технологией перевозок, подобной Uber, можно получить хороший синергетический эффект. Перевозки в пользу, прежде всего, малых и средних компаний, между ними и от них к клиентам могут возрасти в разы, а это расширит бизнес, увеличит выгоду для всего рынка — для производителей, для потребителей, а в конечном счете, для целых государств.

Давайте обсудим эти вопросы. Хочу предоставить слово господину Пишевару, стратегическому советнику Наблюдательного совета Uber, сооснователю, председателю совета директоров Hyperloop Technologies.

S. Pishevar:

Thank you, Deputy Prime Minister. It is an honour to be here with many friends to talk about the "Uberization" of the world in the last five years. Since we invested in Uber, we have seen the company scale from 9,000 customers to millions and impact the entire world. We are in hundreds of cities, but there are thousands more to go. The scale of the impact we are seeing is now bleeding not just across transportation but into the very ideas of how businesses and economies run. That is something that I think happens once in a generation, because these are companies that create completely new markets that did not exist before. They do not take on old markets; they invent new ones. Airbnb is the same way. There are just new factors, so evolutionarily, they have massive advantages against any competition.

The other technology that is going to effect on-demand is Hyperloop, which is the idea that Elon Musk came up with. His company is Hyperloop One, which I co-founded, and we are very lucky to have Ziyavudin as one of our early investors. We are looking forward to working here in Russia and bringing Hyperloop. This is transport at 700 miles per hour, and it is going to change our ability to travel between cities and make multiple cities or city pairs into metro stops. You can go from Los Angeles to San Francisco in 35 minutes, New York to Washington D.C. in 30 minutes, and city centre to city centre. It also changes the way all of inventory management happens, because we can also do cargo at 700 miles per hour and not just people transport. Those implications are interesting, because now you do not have inventory sitting in a warehouse depreciating; you can have on-demand, at the push of a button, at the speed of thought. A customer orders something, and it gets manufactured, distributed, and delivered all within 48 to 72 hours. Right now, on old shipping lines, it takes many weeks to transport goods. This would make it into hours, and that kind of impact on the global economy is pretty massive. We are happy to talk more about that and Uber with the rest of the panel.

A. Дворкович:

Какие Вы видите риски для инвесторов, которые вкладывают средства в такие новые бизнесы, кроме, естественно, вмешательства правительства, которое бывает деструктивным.

S. Pishevar:

At Sherpa, we call that regulatory arbitrage and it has been a very good investment thesis. Many of these technologies are so far ahead of 19th and 20th century regulations that the regulations have a tough time keeping up. What happens is consumers, especially in markets where their votes have impact and count, are demanding that on-demand services stay in the city, even if a mayor

or the city council or a taxi cartel in a city like Paris tries to stop a service like Uber. The consumers fight back. We saw this in Washington D.C., and that became part of the playbook. What we are seeing is that transportation is the new broadband. Many visionary government leaders like yourselves saw that 3G LTE must get spread, and it has changed the world. They proceeded to push those licences, regulations, and regulatory frameworks to bring broadband to the world. Now we are realizing that technologies like Hyperloop and Uber are something that is moving the atoms and bits faster. They are the new broadband, and the regulatory frameworks need to speed up and support that kind of change because it creates millions of jobs, creates cleaner cities, and is a huge advantage to the economies where they operate.

A. Дворкович:

Спасибо. Господин Фрейзер, какова ваша цель? Зачем Вы занимаетесь disruptive technologies? Зачем Вы пытаетесь взорвать мир, фактически целиком меняя огромные рынки?

F. Robinson:

Thank you for having me here today. It seems that the world wants to be exploded. We are meeting a need that appears to be out there. Uber and Travis, when he set out to build his business, did not go at it with a view to disrupt the world. It just happened organically. I think that that is how most good ideas gain the traction and the scale that they do; they are providing a service to a marketplace that needs it and wants it. I would just like to be upfront about that. I do not think many entrepreneurs sit down and think, “How can I explode the world?”

We are now in 400 cities and more than 70 countries globally, and what we have discovered as we have gone city by city is that there is a very common theme every time we enter a new city, which is consistently that markets are

underserved. Getting from A to B is one of the most fundamental things any of us does every day. I want to be clear that sharing economies and on-demand are two quite different things. I think there is a lot of confusion about whether on-demand and the sharing economy are the same thing. They are not. But what we have found in all these cities is that there is an unexploited need for getting from A to B that has been limited by decisions made by the regulators historically. As Shervin rightly said, it takes time, change is difficult, and sometimes these regulations do not adapt as quickly as technology does; I think we can all be open about that. Our goal really is just to make mobility that much easier, safer, more affordable, and more reliable for individuals. I would say, Mr. Deputy Prime Minister, that we are not seeking to explode the world. We are just endeavouring to provide it with something that it desperately needs that has been limited to it for so long.

А. Дворкович:

А каким станет следующий шаг? Вы просто будете идти город за городом? Или вы планируете занять ниши в новых сегментах, где может быть использована ваша платформа?

F. Robinson:

“Geography first” is our approach. Our core business is moving people, so we want to be in as many cities and countries as we can where it makes sense. We will always go after a geographical expansion as our primary goal, and there is a long way to go. We are not even close to achieving that objective. We have hundreds if not thousands more cities to expand into. We have not started to get close to that threshold where everything is slowing down, and we are looking for what else we can do and what else we can exploit.

You can move people, and you can move a lot of things. I think that once we have a logistics platform, which is what Uber essentially is – a marketplace that meets a logistical need – then we can expand that into other things. We have launched UberEATS, which is on-demand food, in a number of cities. We have experimented with a courier service, UberRUSH, which is moving packages from one place to another. We are constantly exploring and testing, and one of the beauties of our business model is that each city exists as its own individual city. We can test a new product in isolation in one city and see how it works. We do not have to blow it out to the entire network. When we see something like UberEATS work and bring a benefit to a community, then we will make the decision to expand it. UberEATS is a very real initiative that has come out of beta phase, and it is a product that we are looking to scale globally.

We will always look at different ideas, and there is no shortage of them, but one of our biggest challenges is that we do have to remain focused on our core competency, because there is a lot still to do on moving people around. There are obviously a number of different things we could do. I remember a couple of years ago, a friend of mine said he thought about 75% of all the pitches he had seen that year were the “Uber” for something. I think that has tapered off a little bit. I think there was a big rush towards “Uberfying” everything, and that is in the title of this panel. The answer is that I do not think everything can be Uberfied. There are some things that can be shared and there are some things that people do need on demand, but we have a long way to go moving people from A to B, so I do not think we have come to the end of that road yet for some time.

А. Дворкович:

Господин Магомедов, Вы вложили деньги и в Uber, и в Hyperloop. Вы верите в новые технологии, или это просто финансовые вложения?

3. Магомедов:

Спасибо, Аркадий Владимирович.

Когда мы вкладываем деньги, мы исходим из двух основных соображений. Во-первых, насколько масштабна сама идея, насколько она, как вы сказали, disruptive. Во-вторых, насколько сильна команда, которая продвигает этот проект. И в том, и в другом случае мы принимали решение, понимая, что идея крайне актуальна, но конечно, уделяли большое внимание и командам. И Uber, и Hyperloop обладают, пожалуй, лучшими коллективами.

Я хотел сказать, что я являюсь настоящим апологетом «уберизации» во всех индустриях: это касается Airbnb, самой Uber и похожих компаний, таких, как WeWork, LiquidSpace, Shared Space, TaskRabbit. Эти организации стремительно развиваются и делают нашу жизнь проще, дешевле, экологичней, безопасней. Сама Uber-экономика мне кажется более масштабной. Возьмем один пример: когда коллеги из Uber создавали свою бизнес-модель, они оценили рынок такси Сан-Франциско в 150 миллионов долларов. Если мне не изменяет память, в прошлом году выручка компании в этом городе составила порядка 550—600 миллионов долларов. Сама экономика гораздо масштабней, чем та, в которой мы жили предыдущие годы.

Есть еще интересная статистика: в прошлом году в городах, где Uber наиболее активен и более всего распространен, безопасность выросла на 15—16%, потому что все больше людей, особенно молодых, которые раньше выпивали, после этого возвращались домой и иногда попадали в аварии, сейчас пользуются услугами Uber. Эти факты говорят, с одной стороны, о сути перемен, а с другой, об их необратимости. Все, что построено на здравом смысле, который зиждется на безопасности, экологичности, дешевизне, простоте, доступности, как мне кажется, необратимо. Поэтому в скором времени, я думаю, к 67 странам и 400 городам присоединятся и другие. Я надеюсь, в России эти сервисы, не

только Uber, будут развиваться. В первую очередь, я имею в виду Uber как компанию, которая предоставляет автомобильные услуги. Есть компании, похожие на Airbnb, и те, что работают в других сферах, — все они будут активно развиваться во всех городах России.

Что касается компании Hyperloop, то, принимая решение об инвестициях в этот проект, мы исходили из того, что такой тренд, как виртуальная реальность, стремительно развивается. Люди могут общаться друг с другом на расстоянии. Но еще более вдохновляющей для нас стала идея такого же быстрого перемещения в физическом смысле. С XIX столетия в мире транспорта, по сути, ничего не изменилось. Технология эта не нова, но из-за команды, которую им удалось собрать, мы инвестировали в Hyperloop практически на первом этапе. Как вы знаете, в мае прошли успешные испытания открытым способом, а в декабре — январе будет реализован первый проект. Захватывает дух от того, насколько может измениться глобальный транспортный ландшафт, потому что 67% глобальной торговли проходит через глубокую воду. В зале присутствуют коллеги из компаний «Трансконтейнер», FESCO, «Евросиб», которые занимаются контейнеризацией, и мы хотим, чтобы ее уровень в России был таким же высоким, как и в развитых странах — 25—30%. Это поменяет маршруты и откроет новые, гигантские возможности для таких стран, как Китай, Казахстан, Россия, с точки зрения большого торгового проекта Азия—Европа, который, естественно, включает Россию. Спасибо.

А. Дворкович:

Спасибо.

Я думаю, пришло время голосования. Прошу вывести на экраны первый вопрос. С чем у вас, в первую очередь, ассоциируется понятие «уберизация»? Вы уже слышали разные варианты и направления, но

хотелось бы понять настроения зала. Прошу вас выбрать один из шести вариантов.

Большинство выбрало третий вариант — «устранение посредников между клиентом и поставщиком». Видимо, все читали Нассима Талеба, вернее, его Твиттер. В 2014 году он сказал, что уберизация — это устранение посредников. Это новый тренд, но в аудитории сидят люди начитанные, или же присутствующие хорошо уловили смысл этого понятия.

Однако этот новый тренд и устранение посредников связаны с необходимостью раскрытия персональных данных в том или ином масштабе. Второй вопрос: готовы ли вы раскрывать свои персональные данные, если это позволит вам получать более качественные услуги? На экране варианты ответов. Прошу вас проголосовать.

На первом месте следующий ответ: «Да, если я буду контролировать объем передаваемых данных». У нас наивные люди. Кто-то считает, что это возможно. На втором месте ответ более прагматичный — «Наши персональные данные скоро и так будут храниться в Облаке». Не «скоро», а уже хранятся. Очевидно, что большинство в любом случае готово делать это в той или иной степени и понимает, что это, по сути, неизбежно. Тем не менее, хотелось бы оставлять какие-то вопросы за чертой и раскрывать не всю информацию, но мы не знаем, насколько меняющийся мир позволит это. Посмотрим, что будет дальше. Спасибо всем за отданные голоса.

Я хотел бы задать вопрос нашему следующему гостю. Густаво Сапожник, основатель и генеральный директор ASAPP Inc., компании, которая специализируется на высокочастотной торговле и которую он учредил вместе с однокурсником из Чикагского университета. В чем суть вашего бизнеса? Как это соотносится с трендами, о которых говорили коллеги в первых выступлениях?

G. Sapoznik:

I would like to take a second to talk about the history of mankind and the resulting history of technological innovation. If we go back in history, we can see the discovery of language, fire, electricity, and the things that had exponential transformational effects in building the society that we have now. I believe the power of artificial intelligence will dwarf all these previous innovations in its impact and results in the world.

ASAPP is an artificial intelligence company, and we focus on a specific domain called natural language processing, which is essentially the exercise of teaching computers to understand human language and understand it in the way that we express it naturally. In the world today, approximately USD 600 billion is spent on how consumers and corporations communicate with one another. I think we have all been subjected to calling an airline or a bank, and it is usually a less than ideal process where you are stuck on hold, you wait, you have to disclose information that they should have, and it is very frustrating both for consumers, who do not like the experience, and for corporations, who do not like spending billions of dollars on this.

If we look at how we use our mobile devices, we communicate with one another with messaging. But we cannot do that with large corporations. If all of a sudden we empower corporations to communicate with us via messaging, we can leverage tools in artificial intelligence to empower the humans that work at these corporations, simplify their work, and automate a lot of what they do over time. The best example that I have for what we do is we are building an ATM machine for the enterprise. If any of you have cash, I would imagine that a large percentage of you got it from a cash machine. Artificial intelligence is going to be the cash machine that starts disrupting processes that are being done by people, first by simplifying them and then by automating them, in the same way that bank tellers are less popular today than they were 30 years ago.

А. Дворкович:

Насколько вы и другие компании, которые работают в этой сфере, продвинулись, если говорить о технологиях анализа получаемых данных от большого числа контрагентов, клиентов, тех, кто находится в точке А и в точке В, если говорить о цепочке торговли? Есть ли реальные результаты в сфере big data, которые уже используются и для бизнеса, и для жизни? Или мы пока находимся на ранней стадии этого процесса?

G. Sapoznik:

Interestingly enough, a lot of what we do today in artificial intelligence became a reality in the last five years or so for a combination of two reasons. Computational resources have been growing at an accelerated rate that now allows these very large computations to take place, and the amount of data that organizations collect is what powers these machine learning techniques. In our experience, we work with Fortune 100 companies, and they are very willing to share large amounts of data that allow us to solve some fundamental problems that they have. I think that, while we are in the infancy of this trend, it will be like the ATM or cash machine example. We will start seeing applications or versions of that in everything we do: in how we communicate with organizations, how they run their internal processes, and how insurance agents run damage claims. All those things will start to be gradually automated, and there is plenty of data for that.

А. Дворкович:

Спасибо.

Сергей, Вы смотрите на разные бизнесы, инвестируете через фонд в различные сферы. Где Вы видите основной потенциал на сегодняшний день — в России или в других странах? В каких секторах, как Вам кажется,

есть наибольшие возможности? Это бизнес-приложения или массовые клиенты?

С. Азатян:

Компании, подобные Uber и нашему Gett, действительно кардинально поменяли нашу жизнь буквально за последние три-четыре года. Когда мы четыре года назад инвестировали в Gett, никто не верил в перспективы этой компании. А сегодня это наш первый «единорог», то есть технологическая компания, которая стоит больше миллиарда долларов. На днях мы заключили сделку с Volkswagen Group, которая инвестировала в Gett 300 миллионов долларов. Я вижу большие перспективы у подобной бизнес-модели.

На сегодняшний день у нас семь компаний — лидеров в разных отраслях. Я вижу большие перспективы, например, в образовании, в финансовых технологиях — в том, что касается банковских и страховых услуг и платежей, — в проектах, связанных с медициной: такой у нас тоже есть. Дело в том, что, как было сказано ранее, агрегаторы делают жизнь лучше, но с этим связаны и определенные риски. Поэтому в данной сфере, на мой взгляд, крайне важна роль государства. На подобных платформах могут присутствовать частные лица, у которых нет лицензии, разрешений, опыта и навыков для оказания услуг. Необходимо, чтобы все агрегаторы имели равные условия — это означает, что государство должно обеспечивать здоровую конкуренцию.

На данный момент транспорт является локомотивом. Например, наш проект Busfor, от слова bus, «автобус» — это агрегатор по перевозке пассажиров на дальние расстояния. Эта компания уже развивается в Восточной Европе и в Юго-Восточной Азии, хотя имеет российские корни, и обещает стать нашим следующим «единорогом». Если посмотреть на более отдаленную перспективу, есть интересные технологии, связанные с виртуальной и

дополненной реальностью. Коллега уже говорил про artificial intelligence — искусственный интеллект. Знаменитый футуролог Рэй Курцвейл предсказывает, что к 2030 году виртуальная реальность по ощущениям станет реальной на 100%. Поэтому на Санкт-Петербургский форум 2030 года можно будет не приезжать, а участвовать в нем из своих офисов и домов.

А. Дворкович:

Хорошая идея, но тогда Вы не сможете физически ощутить удовольствие от Санкт-Петербурга.

С. Азатян:

Я не собираюсь от него отказываться.

А. Дворкович:

Согласен, что некоторые вещи действительно можно будет воспринимать, не перемещаясь из точки А в точку В, хотя в этой новой реальности наверняка появится спрос на другие товары и услуги, для обеспечения которых найдутся свои технологии. Спасибо.

Михаил Соколов, главный исполнительный директор компании OneTwoTrip, которая занимается туристической логистикой, организацией перемещения людей на большие расстояния. Технологии, которые для этого применяются, уже стали успешными? Что уже удалось, а что — еще нет? Есть ли от этого прибыль?

М. Соколов:

Спасибо за вопрос и за возможность выступить.

Сейчас я ненадолго верну всех в Россию, потому что мы говорим о технологиях за пределами страны, забывая о том, что появляются и

локальные «единороги», причем в каких-то странах они появляются за счет протекционизма, как в Китае, а в каких-то странах, как Россия — и наша страна в хорошем смысле стоит особняком, — появляются локальные чемпионы без всякого протекционизма, которые в открытой конкурентной борьбе выигрывают у международных компаний. Посмотрим на российский рынок и сравним его, например, с европейским, где есть и математики, и программисты, и достаточное количество капитала. Мы не проиграли в сфере поиска — у нас есть «Яндекс» с доминирующей долей в поиске. Мы не проиграли в области социальных сетей — у нас их несколько, и Facebook — одна из самых маленьких. Поэтому международным компаниям, которые приходят на российский рынок и пытаются конкурировать с локальными игроками, приходится сильно перестраиваться и адаптироваться. А это всегда очень сложно.

Такие каналы продвижения, как поиск, контекстная реклама, мобильная реклама, продвижение в социальных медиа, являются сейчас основными. Например, интернет-реклама на десктопе мобильных телефонов уже обогнала телевизионную рекламу во многих странах, в том числе в Китае, и у нас все развивается в том же направлении. Мы умеем работать во всех каналах продвижения и поэтому на данный момент продаем больше десяти тысяч туристических продуктов в день. Мы умеем работать и в тех каналах, которые используют международные компании, и в своих собственных.

Сейчас все говорят про мессенджеры: каждый пользуется WhatsApp, Viber, Telegram. Может быть, для кого-то это будет открытием, но во ВКонтакте в день пересылается больше сообщений, чем в Viber, Facebook и WhatsApp, вместе взятых.

Яндекс делает прекрасные геолокационные сервисы, которыми пользуются таксисты и компании такси. Даже в Uber многие водители включают навигаторы Яндекса и Google, а в Стамбуле крайне популярным является

навигатор Яндекса, потому что, очевидно, он лучше работает в каких-то технологических сегментах.

Поэтому мне кажется, что многие российские компании, в том числе в сегменте электронной коммерции, являются очень натренированными. У нас очень динамичное законодательство, динамичная экономическая ситуация — в моем секторе банкротятся авиакомпании, — происходит много всяких вещей. Тем не менее, мы способны все это пережить и расти дальше. Мы живем согласно другой концепции: не рассчитываем на бесконечный funding от инвесторов, как в Америке, а опираемся в большей степени на собственные силы и стараемся зарабатывать. Если мы получаем финансирование, то направляем его на какие-то новые вертикали или на экспансию на новых рынках: год назад наши совокупные продажи за пределами России составляли 3% от общего объема, а сейчас — 15%. Траектория положительная, потому что, как нам кажется, мы натренировались за четыре с половиной года, и по цифрам все начинает хорошо работать не только в России. IT-сектор и интернет-сектор в России стоят немного особняком: если в каких-то сферах экономики мы сильно отстали, то здесь — нет. До недавнего времени эта область не была сильно зарегулирована, поэтому многие российские компании получили возможность развиваться и, я думаю, будут прекрасно расти не только в России, но и за ее пределами.

А. Дворкович:

Спасибо.

Скажите, насколько важны или велики языковые барьеры при предоставлении таких услуг? Вы упомянули «Яндекс» и Турцию, но это фактически единственный рынок, на который они смогли выйти, помимо России, потому что очень тяжело одновременно заниматься несколькими рынками с разными языками, традициями и культурой. Вы видите этот

барьер? И можно ли его преодолеть за счет технологий, которые позволят мгновенно менять язык без каких-либо транзакционных издержек?

М. Соколов:

Пока я их не вижу. Любой рынок, особенно крупный и развивающийся, требует пристальной фокусировки. «Яндекс» — компания, которая может позволить себе немного отвлечься от своего основного рынка. Каждая новая страна — это не только языковой барьер, но и вопросы, связанные с платежами: в разных местах люди платят по-разному. Если в качестве примера взять Турцию, то там люди практически за все платят в рассрочку. Покупая билет и бронируя отель, они перечисляют равные суммы в так называемых «инстоллментах», которые разнесены на три или шесть месяцев. Это означает, что методы оплаты, настройки antifraud, языковые вещи, каналы продвижения будут совершенно другими. Если говорить об Иране, с которого недавно сняли санкции, то многие компании, например, Facebook, до сих пор там не работают, а самый популярный канал коммуникации там — это Telegram. Там есть так называемые channels, у которых миллионы подписчиков. Люди используют Telegram как социальную сеть, хотя в России он служит исключительно мессенджером. Любой рынок — это пристальная фокусировка, особенно если это крупный развивающийся рынок, и я думаю, что «Яндекс» на Турции не остановится. Полагаю, что если их технологии работают в Стамбуле, их можно применять и в Джакарте или в любом другом крупном развивающемся городе с большим населением.

А. Дворкович:

Спасибо.

Фрейзер, а Вы видите языковые или культурные барьеры, возникающие, если начинать бизнес в новых странах, в новых местах? Я имею в виду не государственное регулирование, а поведенческие аспекты.

F. Robinson:

I would like to pick up on what Mikhail said about the notion of the nationality of a business. At Uber, we think about ourselves as a platform. In every city we go into, we are not like Google or Facebook who can be in a country and not have a single employee there. We have boots on the ground in every city in which we operate. It is incredibly physical, it is incredibly local, and we always hire locals to run those businesses. It is really important to be clear about that. We have to customize; you cannot just have one product, switch it on, and expect the entire world to use it as it comes out of the box. It just does not work that way.

We have to adapt locally to create, in many regards, “bespoke businesses”, and that requires us to work with local businesses at every step of the way. We actually become part of the fabric of these countries. We work with local entities, we work with local start-ups, and we have a ton of problems that still need to be solved at the local, country, or city levels, so I sort of reject this notion that you can be a business from one country and it is sort of “take it or leave it”. That is not our approach, and I will give you a few examples. Maps are really difficult things; cities are complicated places. Payment systems are complicated things. One nation might prefer a text-based payment methodology, another might prefer credit cards, and another might prefer cash. We have to work constantly to become more and more local. Language is the simplest problem of localization. It is much deeper and requires us to work very closely with these local businesses. That is how we approach the world of opportunity, and I think that is one of the things that have allowed us to scale as quickly as we have. We have chosen not to be blind to local variances and to integrate much more closely.

А. Дворкович:

Где, с Вашей точки зрения, в настоящее время легче всего внедрять технологии подобной бизнес-модели? Это США, Европа, Россия, азиатские страны? Где развитие идет наиболее динамично?

S. Pishevar:

That is a great question. The irony is that, if you compare Uber and Hyperloop One, Hyperloop is having an easier time being accepted in countries abroad and having visionary governments, partners, and investors who want to bring that kind of supersonic transport to their countries. The regulatory environments are looser in the sense that there is more control and ability to move things in terms of right of way.

In America, that is a nightmare. The infrastructure in the US is falling apart. There has not been true infrastructure investment for decades, so you have highways and bridges falling apart, and one of the economic theories is that we have to actually go into a period of very high infrastructure investment in the US. The Eisenhower administration and the interstate highway system design completely changed the economy in the US. Then, as a stasis point, there are 15 new cities in China today that have been built that are bigger than New York City. They are building high speed rail all over the country and building a whole new grid, and those are huge economic advantages for the 21st and 22nd centuries. On that front, on the regulatory side, Hyperloop has an easier time abroad than in the US. For Uber, even though there have been many fights in the US, the regulatory environment and the legal system is more amenable to challenge and reform, versus some of the changes that have been made in France or Germany, and the riots and the court cases and so on. It is an interesting bifurcation of the world.

А. Дворкович:

Насколько я знаю, в зале есть микрофоны. Есть ли вопросы или комментарии из зала? Вопросы к конкретным участникам, к панельной сессии в целом или просто ваше мнение о сегодняшней теме.

Пожалуйста.

J. Valero:

I am Jorge Valero from the Spanish newspaper *El Economista*. On such a panel, of course, you can expect a lot of optimism, but one of the concerns that was mentioned by the moderator at the beginning was the job losses, not only referring to the introduction of Uber but also in the broader context of the so-called Fourth Industrial Revolution. My question is, against this backdrop, do the panellists consider that the welfare state will somehow adapt and, in particular, what is your opinion about universal basic income? Do you think that there could be a way forward in balancing this technological development with the basic welfare that citizens might expect? Because if there are job losses, you will not have customers to serve.

S. Pischevar:

I think what you are touching on is probably the core cultural, economic, and regulatory issue of our times. In the next 50 years, automation will take over millions and millions of jobs. At the same time, productivity will go up, but I believe that universal basic income is something that has to become a global standard in tandem with the speed of automation that is coming. The next 20 to 40 years of technological advancement is going to advance the world faster than anything that has happened in the last thousand years. Compared to what we had in the past, our cell phones today seem like supercomputers, but what we will have in the next 10, 20, or 30 years in terms of computing power in the Cloud and with AI will make our technologies today look like a joke. Our cell phones will look like the rotary phones of our times.

On the VR/AR side, I think your insightful comment that you cannot hug a hologram is also interesting. People are still going to want human connection, and that cannot fully be replaced. It cannot be digitized. It cannot be automated out of the human experience. I think, over time, experiences will lead the way in terms of economic development versus materials alone. That will be an interesting change, I believe, in our culture and our civilization in terms of knowledge experiences versus the production of materials alone.

3. Магомедов:

Вопрос действительно очень актуальный. За прошедшие два месяца Европейская комиссия рекомендовала не препятствовать таким активным участникам sharing economy, как Uber и Airbnb, в Европе. За прошлый год, по-моему, эти компании вложили в экономику Европы 25—30 миллиардов долларов. Получается, что даже такие социально-ориентированные европейские страны сейчас меняют свою позицию.

Во-вторых, мне кажется, с социальной точки зрения — а это один из самых важных аспектов, — одна из главных проблем — это поляризация того, что называется глобальным богатством. Небольшое количество людей и компаний контролируют существенную часть богатства. Полагаю, только две вещи способны изменить эту картину — образование и технологии. Помимо artificial intelligence, о котором здесь говорили, есть еще такое понятие, как intelligence amplification. Это совершенно другой тренд: увеличение человеческого капитала. В этой сфере есть немало беспокоящих моментов, связанных с дальнейшим ее развитием. Я считаю, что эти два тренда будут развиваться параллельно, поскольку искусственный интеллект вызывает большое количество вопросов с точки зрения безопасности. Вопросы будут возникать и в связи с развитием человеческого неокортекса, но, думаю, в целом тренд будет присутствовать, усиливать наши возможности, и с их усилением будет

появляться огромное количество рабочих мест. Это сгладит социальное неравенство, но процесс потребует образования. Спасибо.

Д. Романовский:

Меня зовут Денис Романовский, я представляю digital-среду. Михаил сказал, что в России технологии и Интернет достигли хорошего уровня развития и здесь Россия не отстают от более продвинутых стран, в отличие от некоторых других отраслей экономики — в первую очередь, потому что эта сфера не была зарегулирована. В то же время Сергей сказал, что новые сервисы, например, медицина, требуют определенного регулирования. Если взять проекты, которые в течение продолжительного время существуют на Западе, есть ли здесь опыт государственного регулирования или, наоборот, его отсутствия? Как государство относится к регулированию или к поддержке новой экономики? Спасибо.

G. Sapoznik:

In terms of regulation in my field, there is very little work that has been done. There are very few specific examples of radical transformation led through automation. I think the few examples are robotics in manufacturing, or the previous example of cash machines for bank tellers. One thing to consider about the need to regulate is that in the United States, for example, there are roughly three million healthcare practitioner jobs. About 75 years ago, the figure was 5% of that amount. As we automate things or, in this example, as food production became industrialized and people were not farming anymore, new jobs were created. As much as I believe that regulation should probably encompass some framework of a universal basic income or the need to anticipate what the consequences of these technologies are, we will see that we cannot really predict what other forms of employment will arise in the future. I am optimistic about what is going to happen.

А. Дворкович:

Михаил?

М. Соколов:

О регулировании я, наверно, не скажу, но укажу на важную вещь, которая, пожалуй, является его частью. Во-первых, правительство поддерживает IT-отрасль. Очень помогает новая налоговая среда для IT-компаний, которые разрабатывают софт. Насколько я знаю, все мои коллеги в России, которые занимаются программным обеспечением, пользуются этими налоговыми послаблениями, и это помогает им развиваться.

Второй важный момент — человеческий капитал. Мы все говорим о технологиях, но технологии делают люди, а не роботы, поэтому главный вопрос — это удержание людей в определенной локации для создания этих технологий.

Россия по-прежнему выигрывает олимпиады по программированию. Недавно пять из первых десяти мест на подобном соревновании заняли российские вузы. Многие не уезжают из страны, остаются здесь. В нашей стране появляется все больше компаний, которые создают отличные условия для работы — в Москве, Петербурге, Екатеринбурге, других городах. Это тоже важно: если мы посмотрим на американский рынок, окажется, что многие крупные компании были созданы выходцами из бывшего Советского Союза или из России. Наверно, задача государства — это забота о человеческом капитале: развивать эти отрасли и оказывать помощь молодым IT-компаниям. Про образование уже сказали. Главное, чтобы никто не уезжал. И надо, чтобы такая ситуация сложилась не из-за выездных виз, а из-за того, что здесь можно хорошо работать и создавать отличные продукты.

А. Дворкович:

Спасибо.

У модератора есть право не отвечать на вопросы, поэтому самое простое для меня — присоединиться к ответам коллег. Все правильно, образование — это фундамент. Государство отвечает за систему образования, за комфортную среду для жизни, помогает начинающим компаниям грантами или налоговыми льготами и стимулирует спрос на новые разработки как в обществе, так и со стороны крупных компаний, которые находятся в сфере влияния государства. В плане регулирования, думаю, единственное, о чем государство должно заботиться — это безопасность. Все остальное — дело бизнеса. Есть еще вопросы?

В. Гордин:

Большое спасибо.

Валерий Гордин, Высшая школа экономики, Санкт-Петербург. Небольшая ремарка: мне кажется, государство все-таки должно отвечать за образование не только предпринимателей, но и потребителей. Мы понимаем, что сейчас социальное неравенство основывается не только на доходах, но и на доступности информации. В этой связи у меня вопрос как к зарубежным, так и к нашим коллегам: какими вы видите перспективы развития Uber-грамотности? Мы понимаем, что та часть общества, которая будет иметь доступ ко всем этим сервисам, окажется в более выгодном положении. Но значительная часть общества, по многим причинам, не только экономическим, не обладая соответствующим доступом, станет опускаться все ниже, и разрыв будет увеличиваться. И здесь, на мой взгляд, государство должно сыграть свою роль наряду с бизнесом.

А. Дворкович:

Спасибо за вопрос.

З. Магомедов:

Мне кажется, все-таки возможностей стало намного больше — и с точки зрения доступности образования, и с точки зрения пирингового образования в целом. Хорошими примерами являются Udacity, Coursera, и так далее. Есть более фундаментальный вопрос: насколько релевантной сегодня выглядит стоимость образования? Если взять ведущие вузы США — Лигу плюща, Западное побережье, Стэнфорд, Беркли, — то год обучения в них стоит 65—70 тысяч долларов. Мне кажется, что это неадекватно. Мой приятель из Goldman Sachs рассказывал про один стартап, который дает кредиты приезжающим в США на поступление в такие вузы. Они посчитали, что рисков в этом бизнесе практически нет: это или дети богатых родителей, или очень талантливые ребята, которые, несомненно, вернут деньги в будущем.

Второй вопрос: насколько необходимо молодежи сегодня учиться четыре года? С точки зрения undergraduate, мне кажется, это не совсем обязательно, потому что информацию, которую получают молодые люди, можно вместить в два года, а потом бежать зарабатывать деньги. В свое время Питер Тиль говорил мне, что бросил учебу, потому что начал думать о деньгах со второго курса. Мне кажется, в этой области назрели тектонические сдвиги. Надо ли учиться четыре года? И сколько это должно стоить?

А. Дворкович:

Тот кто учится два года и бежит зарабатывать деньги, становится владельцем компаний и зарабатывает миллиарды, но он нанимает тех, кто учился больше.

З. Магомедов:

Бывает по-разному.

В зале есть мои однокашники, которые в свое время мечтали поступить в Московский университет. Ничего лучшего в то время не существовало, это было суперобразование. Конечно, мир меняется, и я считаю, что доступность образования стала немного другой. Все зависит от молодых людей.

A. Дворкович:

Спасибо. Фрейзер?

Any comments on this issue of the disability of education?

F. Robinson:

Certainly in technology we have seen the rise of the youthful entrepreneur dropping out of university after two years or three years. I think part of it is motivated by money, but I have to believe that a lot of it is motivated by the sheer desire to go out, experiment, and build and create things and learn from that. In a lot of Western countries, you have seen the rise of moving away from university and spending time in internships, working in trade, and learning on the job as a replacement for more traditional education. That is something we have seen a lot of, and we certainly welcome them at Uber. We are based in Silicon Valley. We are always taking in young entrepreneurs and interns, just to try and help them see how to apply the skills that they have learned and what to do with them. I certainly would not argue with the notion that the traditional university education is shifting massively towards something that I suppose you would argue is more useful.

You can throw the cultural aspect in here as well, which is whether we want to live in a world where nobody has read Tolstoy or people have other interests and pursue different things. I think the answer there is clearly no, so I am not sure I believe that traditional education will go away completely. But certainly, historically, universities have led to very traditional career paths. I went to an

American university, and I would say, of all these brilliant people, lots would just get siphoned straight into banking or consulting without mining the things that they have learned. I think that technology and the investment community, like Shervin, have allowed young people to explore, test, learn, and challenge the norm. Perhaps they come back to a more traditional career path, but I think it has allowed the experimentation which I think has been missing for a long time, rather than just going down those more traditional legal, banking, insurance, and consulting career paths. That is what I think technology has contributed to the community and the workplace today.

С. Азатян:

Я хотел сказать про образование. Дело в том, что физический контакт с преподавателем и с аудиторией сложно заменить при помощи технологий, а может быть, и не нужно. У нас есть образовательный проект «Нетология», крупнейший в Интернете, позволяющий студентам и ученикам в отдаленных уголках страны иметь доступ к лучшим преподавателям в Москве и Петербурге из Физтеха и из других ведущих институтов. Виртуальная реальность позволит в дальнейшем эффективно использовать технологии.

А. Дворкович:

Спасибо.

О. Балаян:

Оксана Балаян, юрист, международная юридическая фирма Hogan Lovells. Очень приятно, что сегодня мы обсуждаем такие проблемы и вдвойне приятно, что мы их обсуждаем в России.

У меня вопрос к нашим иностранным коллегам. Сегодня мы услышали от Михаила, что в России есть очень успешные соцсети. Сергей нам привел

примеры успешных инвестиций. Зиявудин сказал, что в системе образования скоро произойдут революционные изменения. Надеюсь, что господин Дворкович воплотит это в жизнь.

Вопрос к иностранным коллегам: где вы видите лидерство России, если говорить о сфере «уберизации» и инноваций? Есть ли какие-то вещи, которые россияне могут сделать лучше? Спасибо.

G. Sapoznik:

I will make two remarks on your question. First, this is the best time in history for anyone to become an entrepreneur. Entrepreneurs are motivated, in the same way as explorers were motivated when they went out to discover new continents, by pushing the boundaries of what we as humans can really do. When they are successful, the innovations that come as a result of such entrepreneurship are global. What I mean by that is every country has one or a few national airlines, but the companies that make planes are global companies. Boeing makes planes for Russia, America, China, and countries in Africa, in the same capacity as Uber has gone, very quickly, from a San Francisco company to a global endeavour. I am less concerned about what specific governments are going to do than allowing people to take advantage of this great opportunity to start transformational businesses that will have a global impact.

A. Дворкович:

Коллеги, я понимаю, что вопросы еще есть, но время нашей сессии подошло к концу.

S. Pischevar:

I just wanted to comment very quickly. I think it is a great question. I was thinking about the Russian space program's brilliance in bringing the world to space with Sputnik and the first man in orbit. That kind of brilliance is something that has

continued in engineering and many other fields. For Hyperloop, we are very excited about working with our partners here in developing, building, innovating, and inventing here in Russia. The other reality is that many of the great entrepreneurs in Silicon Valley were born in Russia. Whether it is Sergey Brin or Max Levchin with PayPal, that same brilliance has shown itself in America as well.

А. Дворкович:

Уверен, что в России мы можем сделать почти все, а что именно будет сделано, зависит от таланта и активности наших предпринимателей и наших зарубежных партнеров, которые сегодня работают и в нашей стране. Я хотел бы, чтобы зал поблагодарил наших замечательных панелистов. Большое спасибо.

Думаю, что мы не будем проводить второе голосование, поскольку ответы вряд ли сильно изменятся. В целом настроение зала понятно. В любом случае, будьте готовы к тому, что новые технологии станут захватывать и менять мир. Не бойтесь раскрытия своих персональных данных — все будет хорошо. Желаю успехов.