



Uber je revolucionarna storitev delitve prevoza (ang. ridesharing) in najema vozila z voznikom (ang. chauffeur) na podlagi mobilne aplikacije. Ta hitro rastoča storitev, ki deluje že v približno 500 mestih po vsem svetu, lahko popolnoma poruši razmerja na obstoječem trgu taksi storitev.

Opis problema

Uber preko aplikacije ponuja taksijem podobne prevozne storitve, ki so pogosto boljše in cenejše od konvencionalnih taksi storitev. Deluje zelo disruptivno, saj je v svetovnih prestolnicah v nekaj letih nadomestil do 50 % dotedanjih taksi storitev.

Gre za globalno podjetje z velikim denarnimi sredstvi in pravnimi oddelki, močnimi trženjskimi orodji in veliko prilagodljivostjo. Ko začne v nekem mestu delovati, običajno začne na veliko in povzroči velike spremembe na trgu. Tradicionalne taksi službe navadno poslujejo na zelo reguliranem in zaščitenem trgu, njihove storitve pa niso tako dobre. Uber pogosto ignorira in zaobide predpise in zaščito, vendar ponuja boljše storitve. Ustvaril si je tudi boljšo podobo: digitalizacija, mednarodno delovanje, del delitvene ekonomije, enostavnost uporabe, skrb za stranke preko pametnega telefona v obliki drobnih daril, spodbud in informacij. Ponuja osupljivo število različnih storitev, kot so UberX, UberGo, UberTaxi, UberPop in UberPool, ter nenehno uvaja inovativne eksperimentalne storitve, kot sta UberChopper in UberFRESH. Zaradi te množice storitev so tradicionalne taksi službe in mestne uprave pogosto zmedene in ne vedo, kako naj se odzovejo: ali naj pozdravijo in sprejmejo ta podjetniški pristop, ali naj zaščitijo trg, ali naj ga vsaj delno deregulirajo, kako se spopadati s protesti (včasih celo nasilnimi) in kako obravnavati Uber, če ne upošteva zakonov.



Kako deluje

Uber je globalno spletno podjetje na področju prevoza s sedežem v San Franciscu v Kaliforniji. Razvija, trži in upravlja mobilno aplikacijo Uber, ki strankam omogoča, da preko pametnega telefona oddajo naročilo za prevoz, ki ga računalniški program nato samodejno pošlje najbližjemu prostemu Uberjevemu vozniku in ga opozori na lokacijo stranke. Uberjeva aplikacija na zemljevidu na pametnem telefonu prikaže približevanje vozila. S tem čakajoči stranki zagotovi zelo točne informacije, medtem ko voznik že ve, kam jo bo peljal. Pri tem ni gotovinskih plačil, saj Uberjeva aplikacija samodejno izračuna voznino in plačilo nakaže vozniku. Načeloma lahko vsakdo z lastnim avtomobilom postane Uberjev voznik, pri tem pa mu ni treba izpolnjevati standardov kakovosti za taksi storitve, ki se lahko zelo razlikujejo od mesta do mesta, temveč samo standarde, ki jih določi Uber. Cene storitev so centralno nadzorovane z algoritmi, ki jih določi Uber, zato se lahko prožno odzivajo na tržno povpraševanje, splošne razmere na trgu in celo na prometne razmere. To mu omogoča veliko prilagodljivost v cenovni

vojni s konkurenti. Ob velikem povpraševanju se lahko cene dvignejo, vendar se hkrati poveča tudi ponudba, saj so vozniki bolj motivirani za ponudbo prevozov. Višanje cene glede na povpraševanje je tako učinkovito, da so čakalni časi skoraj vedno krajši od 5 minut, ne glede na okoliščine. Uporabniki aplikacije lahko ocenjujejo voznike, pa tudi vozniki lahko ocenjujejo stranke. To zagotavlja še večjo zvestobo strank. Avgusta 2016 je bila storitev na voljo v več kot 66 državah in 507 mestih po svetu. Vrednost družbe je bila septembra 2016 ocenjena na 68 milijard dolarjev, njeni letni prihodki za leto 2016 pa na najmanj 4 milijarde dolarjev, skoraj osemkrat več kot leta 2014. Družba ima še vedno ogromne izgube, toda zbrala je toliko kapitala, da lahko zelo veliko vlaga v inovacije in svoj razvoj.

Koristi in kdo jih je deležen

Kratkoročno imajo koristi nedvomno stranke: tem je na voljo veliko boljša in hitrejša taksi storitev, ki se odlikuje po enostavni uporabi, enostavnem plačilu in enostavnem upravljanju. Uber načrtuje nadaljnjo širitev svojih storitev in zagotavljanje njihove brežhibne uporabe. Prilagoditve različnim državam/mestom niso potrebne, saj je aplikacija enaka povsod, kjer Uber deluje. Dolgoročno pa bi lahko po zaslugi delitve prevoza, kot ga zagotavlja UberPool, ter večje konkurence podobnih družb, kot sta Lyft ali kitajski Didi Chuxing, storitev postala splošno razširjena: s preprosto uporabo pametnega telefona bodo imeli uporabniki dostop do razmeroma poceni prevoza skoraj povsod po mestu in ob skoraj vsakem času.

To je priložnost za odpravo monopola taksi služb v številnih mestih, ki ponujajo slabo storitev po visokih cenah.

Kratkoročno se odpirajo zanimive nove lokalne zaposlitvene možnosti za voznike – ti imajo zelo prilagodljiv delovni čas in lahko delajo bodisi s krajšim bodisi s polnim delovnim časom. Načeloma se za to delo lahko prijavi vsakdo, ki ima vozniško dovoljenje in avtomobil (omejitve so le Uberjevi standardi kakovosti, pogosto pa tudi lokalna zakonodaja).

Dolgoročno pa Uber ponuja omrežno in splošno razširjeno možnost prevoza kot alternativo

lastništvu avtomobilov. V idealnih okoliščinah ljudje ne bi več kupovali avtomobilov, temveč bi hodili peš, kolesarili, uporabljali javni prevoz, souporabljali avtomobile in si delili prevoz. Za slednje bi poskrbel Uber (ali druga podjetja). Ob učinkoviti organizaciji so možnosti za nadomestitev avtomobilskih prevozov izjemno velike (simulacija skrajnega scenarija, ki jo je izvedel Mednarodni prometni forum, je pokazala, da bi se prevozi z avtomobilom zmanjšali za 97 %).

Uber eksperimentira s samovozečimi vozili (z voznikom, ki nadzoruje potovanje in prevzame nadzor nad vozilom, kadar samodejni sistem zataji). To je priložnost za mesta, da preskusijo to tehnologijo.

Uber preskuša tudi druge inovacije, kot je sodelovanje s kolesarskimi kurirskimi službami, razvijalci aplikacij in celo ponudniki letalskih storitev. Zaradi svoje tržne moči bi bil sposoben takšne inovacije zelo hitro uvesti v mesta.

Slabosti in nevarnosti

Dolgoročno bi Uber lahko dosegel monopolni položaj (podobno kot Google, Amazon ali Facebook na svojih trgih) in tako obvladoval trg: nadzoroval bi stranke in voznike ter njihove podatke, prodajo, cene, inovacije, odvisne dobavitelje, sodelovanje z javnimi prevozniki in deloma tudi zakonodajo.

- Uber je podjetje s sedežem v ZDA in znaten del njegovih prihodkov bo odtekel čez lužo.
- Uber utegne uničiti tradicionalne lokalne taksi službe.
- Uber morda ne bo ravnal v skladu s cilji trajnostnega razvoja.
- Analiza deležnikov – kdo so gonilci in kdo nasprotniki

Analiza deležnikov – kdo so gonilci in kdo nasprotniki

GONILCI: na splošno so to organizacije, ki se zavzemajo za proste trge in boljše storitve za stranke. Toda v organizacijah, kot so gospodarske zbornice, so interesi lahko nasprotujoči: nekateri hočejo inovacije, drugi pa želijo zaščititi različne posebne interese, na primer taksi služb.

NASPROTNIKI: to so lahko lokalne taksi službe, ki nočejo konkurence, in sindikati, ki hočejo zaščititi voznike pred pogodbami, ki jim ne zagotavljajo dovolj pravic.

Pravni okvir

Uberjeva dejavnost je najpogosteje podvržena pretežno nacionalnim zakonom, ki urejajo licence, dovoljenja in delovna razmerja na področju prevoza in taksi storitev. Pogosto je treba upoštevati tudi lokalne predpise. Ko Uber pride v mesto, praviloma prouči lokalni pravni okvir, da se pripravi na morebitne težave, toda običajno ne zaprosi za dovoljenje za poslovanje, razen če je to izrecno zahtevano. Organizacije, kot so sindikati, gospodarska zbornica ali lokalna združenja taksi prevoznikov, spremljajo dogajanje in so običajno prve, ki se odzovejo.

Možne mestne politike

Na splošno imajo mesta štiri osnovne možnosti:

IGNORIRATI: to pomeni pustiti, da se tržne sile in pravosodni sistem sami odzovejo na vstop Uberja (osebe in ustanove, ki mu iz kakršnega koli razloga nasprotujejo, ga lahko tožijo), pustiti, da se druga podjetja na trgu odzovejo na novo konkurenco, po možnosti z boljšimi storitvami, drugačnimi cenami in konkurenčnimi aplikacijami.

USTAVITI: to pomeni sprejeti odloke ali celo spremeniti zakone ali pa kot mesto vložiti tožbo zoper podjetje Uber z namenom preprečiti njegovo delovanje v mestu. Tak pristop do zdaj ni bil preveč uspešen, saj se Uber zelo prožno odziva bodisi z različnimi storitvami bodisi z nepoštevanjem odlokov, neplačevanjem glob ali pritožbami na sodbe.

REGULIRATI: s predpisi je mogoče Uber prisiliti, da uporablja le voznike z licenco ali da voznike prej ustrezno preveri in jih ne obravnava kot neodvisne izvajalce, ampak kot zaposlene. To lahko Uberjevo dejavnost podraži in deloma omili njegovo konkurenco s taksi službami.

PRILAGODITI: nekatera mesta (kot je kanadski Edmonton) so Uber pozdravila kot novo storitev, hkrati pa sprejela predpise, ki ščitijo voznike pred nepoštenimi pogodbenimi pogoji ter uporabnike pred nevarnostmi in nepoštenimi cenami – na primer z opredelitvijo storitev prevoza na klic in zahtevo po komercialnem zavarovanju. Tako zagotavljajo enake konkurenčne pogoje za taksi storitve, storitve prevoza na klic in podobne storitve.

Kdo (v mestni upravi) se mora ukvarjati s tem

Uber se ob vstopu na trg navadno ne obrača na mestno upravo, saj to področje večinoma urejajo zakoni na nacionalni ravni ter predpisi s področja prevoznih in taksi storitev. V mestni upravi je lahko oddelek za gospodarstvo prvi, ki se mora ukvarjati z na novo nastalimi razmerami (to se je zgodilo na primer na Dunaju, kjer so razvili pristop, s katerim obravnavajo tudi AirBnb in druge subjekte na področju delitvene ekonomije). Podobno kot pri transnacionalnih podjetjih za izposajo avtomobilov, kot je Car2go, lahko mestni oddelek za promet ali drugi oddelki stopijo v stik z Uberjem, da bi uvedli redne pogovore, izmenjavo nekaterih podatkov in določeno raven sodelovanja z lokalnimi izvajalci javnega potniškega prometa ter reševali regulativna vprašanja. Gospodarska zbornica in lokalni sindikati so običajno prvi, ki se aktivirajo. Mesto je v nenavadnem položaju, ker mu v resnici NI TREBA ukrepati, saj Uber izvaja komercialno dejavnost, ki temelji na aplikaciji in mestu neposredno ne povzroča stroškov. Ker ima Uber velik vpliv in se zelo hitro razvija, pa je priporočljivo, da mestni oddelek za promet situacije ne ignorira v celoti, temveč uporabi proaktivni pristop, tako da preverja razmere, razmišlja o možnih politikah in z Uberjem vzpostavi aktivne odnose.

Dobre/slabe prakse (kratki primeri)

V Franciji, zlasti v Parizu, so v Uberju videli so-vražnika, ki odžira delovna mesta taksistom, zato je prišlo do pravih »taksi vojn«. Po državi so se razširili protesti, ki so se ponekod spre-vrgli v izgrede in zahtevali policijsko posredo-vanje. UberPop so za nekaj časa prepovedali, toda storitev je preprosto nadaljeval Uber, kot alternativa pa so bile uvedene druge storitve, kot so UberPool, UberX, UberGreen in UberVan. Po podatkih sindikata taksistov so se prihodki rednih taksistov zmanjšali za 30 do 40 %.

LONDON je dejansko zgleden primer, ker gre za ogromen trg, na katerega je Uber vstopil zelo zgodaj (to je bilo 11. mesto, kjer je začel delo-vati, in prvo v Evropi) in kjer si je doslej zagoto-vil prevladujoči položaj. Leta 2012 je tam začel delovati kot ponudnik prestižnih avtomobilskih prevozov. Njegov glavni cilj je bil pridobiti in po-slati na ulice čim več voznikov, da bi stranke do-bile občutek, da jim je na voljo dobro dostopna storitev. Hitro je postal zelo priljubljen pri voz-nikih, saj ni skoparil in jim je preprosto plačeval 25 funtov na uro ne glede na to, ali so vozili ali ne. To je bilo obdobje lahkega zaslužka in hitre širitve. Čez čas je Uber uvedel storitev UberX, ki je zagotavljala prevoz po nižji ceni od tipič-nega londonskega črnega taksija. Tradicionalni taksisti so po vsej državi organizirali stavko proti Uberju, toda bila je izjemno kontraproduktivna: Uberju je naredila veliko reklamo in prenos apli-kacije se je povečal za kar 850 %. Plačila vozni-kom so se zmanjšala, toda ti so še vedno zaslu-žili bistveno več kot vozniki drugih taksi služb. Z vse večjim zgoščevanjem Uberjevega omrežja so vozniki dobivali vse več strank na uro, nanje pa so čakali vse manj časa. Povprečni čas ča-kanja na stranko je zdaj 172 sekund, tako da se mora voznik za prevzem prevoza odločiti v 15 sekundah. Pri Uberju trdijo, da vozniki zaslužijo več, čeprav je njihov zaslužek na stranko manjši. Uber še naprej znižuje cene in povečuje gosto-to omrežja oziroma, kot temu pravi, »likvidnost«. Naslednji korak je bila uvedba storitve UberPool, pri čemer si več strank deli prevoz. Optimalno bi

bilo, da bi vozniki vozili skoraj ves čas. Storitev je postala več kot odlična – je poceni, zagotavlja statistične podatke o vseh vožnjah, v sistemu ostajajo le vozniki z najboljšimi ocenami (toda pritisk nanje se nenehno povečuje) – in Uber je v samo 4 letih dosegel prevladujoči položaj na trgu. (glejte: <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/27/how-uber-conquered-london>; pridobljeno 8. nov. 2016)

Časovni okvir

Ko začne Uber delovati v nekem mestu, si tam zelo hitro razprede mrežo – na ulicah je lahko že v nekaj mesecih, v nekaj letih pa pridobi znaten tržni delež. Zato morajo biti mesta pripravljena, da lahko ukrepajo podobno hitro.

Stroški

Uber je komercialna storitev, zato mestu ne pov-zroča neposrednih stroškov, nasprotno, lahko mu prinaša prihodke v obliki davkov ali licenč-nin.

Odprta vprašanja

Ker je Uber še vedno novost, obstaja veliko od-prtih vprašanj.

REGULACIJA: ali bo Uber podvržen evropski ali nacionalni regulativi?

KONKURENCA: razvile so se številne konku-renčne storitve, nekatere dokaj lokalne, druge globalne. Njihovi poslovni modeli se pogosto rahlo razlikujejo. Na nekaterih trgih je ostra ce-novna konkurenca. Primeri konkurence so Lyft v ZDA, Didi Chuxing na Kitajskem, Grab v ju-govzhodni Aziji in Ola v Indiji. V Evropi se prava konkurenca (razen zelo lokalna) ni razvila. Vprašanje je, ali bodo naštetih tekmeči poskusili srečo tudi v Evropi ali pa se bo razvil močan evropski konkurent. Sicer bo imel Uber tu skoraj popoln monopol.

NEPREKINJENO POTOVANJE: ali bo postalo re-sničnost? Pri Uberju načrtujejo, da bodo njihovi vozniki stranke pobirali in odlagali kot po teko-

čem traku – temu pravijo »neprekinjeno potovanje«. S storitvijo UberPool so na dobri poti, da to dosežejo. V New Yorku se je za njihove voznike čas čakanja na stranko v treh letih zmanjšal s 36 na 20 minut na uro. To bi popolnoma spremenilo mestni promet in morda odpravilo javni potniški promet, pa tudi osebni avtomobilski promet ter morda celo kolesarjenje in pešačenje. Možnosti za to so.

Možen prihodnji razvoj

AVTONOMNA VOZILA: Uber eksperimentira s samovozečimi avtomobili (voznik je še za volanom za ukrepanje v nujnih primerih in nadzor, načeloma pa avto vozi samodejno) in nenehno izboljšuje tehnologijo. Cilj je jasen: odpraviti slabo zanesljivost, omejeno število ur delovanja in stroške voznika. To je idealna tehnologija za Uber. Pri tem utegne imeti hudo konkurenco v drugih tehnoloških podjetjih, kot so Google, Tesla in celo Apple.

LOGISTIKA: tudi na logističnem trgu Uber preskuša storitve, kot je UberEATS, ki zagotavlja dostavo hrane iz restavracij na dom s preprostim naročanjem preko aplikacije. V nekaterih mestih preskuša tudi storitev UberCargo, s čimer širi svoj trg na prevoz blaga.

LETENJE: UberElevate je najradikalnejši koncept, ki ga je Uber razkril šele oktobra 2016. V petih letih načrtuje uvedbo povsem električnega letala za navpično vzletanje in pristajanje, ki lahko leti 150 km s hitrostjo približno 240 km/h in poleg pilota prevaža tudi več potnikov. Utopija? Morda. Vendar Uber načrtuje prvo javno prodajo delnic (IPO). Tako naj bi zbral 60 milijard evrov, s tem denarjem pa se da narediti marsikaj.

MASOVNI PODATKI: Uber zbira množico podatkov o mestnih vožnjah, mestnem prometu ter vedenju voznikov in potnikov. Ni še znano, za kaj jih bo uporabil, razen za optimizacijo svojih storitev. Glede na njegov hiter razvoj od ustanovitve leta 2009 je pričakovati, da bo te podatke uporabil, morda za zelo nekonvencionalne in nepričakovane namene.

Kam in kako se umešča v CPS

Uber (in podobne storitve) ima izjemno velik potencial in lahko v nekaj letih zelo vpliva na mesto. Za zdaj se osredotoča na velika mesta. Novembra 2016 je deloval v Evropi (vključno z Rusijo) v skoraj 100 mestih, med katerimi imajo najmanjša okoli 400.000 prebivalcev. Zato bi morala biti mesta z več kot 100.000 prebivalci v pripravljenosti.

Dobre taksi storitve in souporaba avtomobilov lahko nadomestijo lastništvo avtomobilov. Uber utegne biti nova oblika prevoza – nekakšen hibrid med souporabo avtomobilov in taksijem. Z avtonomnimi vozili bodo te storitve v bistvu postale enake. Da bi mesta sprejela in se pripravila na to novost, morajo proučiti zakone in predpise na tem področju ter biti pripravljena, da jih spremenijo in prilagodijo. Imeti morajo scenarije o tem, kako bi Uber lahko vplival na mestni promet ter kako bi ga bilo mogoče nadzorovati in usmerjati. Mesta bi lahko določila posebne cilje za takšne storitve, denimo število voznikov, gostota omrežja, trženje in sodelovanje z javnim potniškim prometom. Smiselno bi bilo organizirati razprave, da bi se deležniki pogovarjali o svojih interesih, skrbeh in pričakovanjih.

Avtor

Karl-Heinz Posch

Tel: +43 316 810 451 26

E-pošta: posch@fgm.at

Spletna stran: www.fgm.at

www.sump-network.eu

Končna opomba: Ime »UBER« prihaja iz nemške besede über (»nad« ali »preko«, odvisno od konteksta) in je ameriški slengovski izraz za »hiper« ali »super«. Slike: Uber inc. in BidnessEtc.

Slike: Uber inc. in BidnessEtc.



UBER
EVERYONE'S PRIVATE DRIVER™



PRAVNO OBVESTILO: Avtorji so v celoti odgovorni za vsebino te publikacije, ki ne izraža nujno mnenja Evropske unije. Evropska komisija ni odgovorna za uporabo informacij iz te publikacije. Vse slike v njej so zagotovili partnerji (razen če je drugače navedeno) in so objavljene z njihovim dovoljenjem.



Projekt CIVITAS PROSPERITY je prejel finančna sredstva iz programa Evropske unije za raziskave in inovacije Horizon 2020 po sporazumu o nepovratnih sredstvih št. 690636.