



Uber este un serviciu revoluționar de taximetrie și de utilizare în comun a autovehiculelor personale de către mai multe persoane (ride-sharing), furnizat prin intermediul unei aplicații. Acesta se dezvoltă rapid, funcționează în 500 de orașe din toată lumea, având potențialul de a perturba total serviciile de taximetrie clasice.

Descrierea problemei

Compania Uber este activă în întreaga lume și oferă servicii de transport de tip taxi prin intermediul unei aplicații, adesea furnizând servicii superioare, la prețuri mai scăzute decât serviciile consacrate de taximetrie. Este un factor perturbator major, având în vedere că, în câțiva ani, a înlocuit până la 50% din serviciile de taximetrie existente în marile orașe din întreaga lume.

Uber este o companie globală cu un buget considerabil, departamente juridice mari, instrumente puternice de marketing și o mare flexibilitate. Atunci când își începe activitatea într-un oraș, acest lucru se întâmplă de regulă în forță, având ca rezultat o perturbare masivă (a pieței existente). Deseori, companiile care oferă servicii tradiționale de taximetrie își desfășoară activitatea pe o piață puternic reglementată și protejată, însă serviciile acestora nu sunt de foarte bună calitate. De multe ori, Uber ignoră sau eludează această protecție și aceste reglementări, dar oferă servicii superioare calitativ. În plus, aceasta și-a creat o imagine mai bună: oferă servicii digitale, la nivel internațional, în cadrul economiei colaborative (de partajare), ușor de utilizat, și servicii de asistență pentru clienți prin intermediul telefoanelor inteligente (smartphone-urilor) bonusuri/ cadouri/ vouchere atractive, stimulente, informații. Compania pune la dispoziție o varietate uluitoare de servicii: UberX, UberGo, UberTaxi, UberPop, UberPool și inovează permanent, prin introducerea de servicii experimentale precum UberChopper și UberFRESH.



Serviciile tradiționale de taximetrie și administrațiile orașelor sunt adesea copleșite și nu știu cum să reacționeze: ar trebui să salute acest demers antreprenorial, să protejeze piața, să o dereglementeze, cel puțin parțial? Cum să facă față protestelor (uneori chiar violente) și cum să abordeze situația creată de Uber, care nu ține seama de legislație?

Cum funcționează

Uber este o companie internațională cu o rețea de transport online, cu sediul în San Francisco, California. Ea dezvoltă, comercializează și operează aplicația mobilă Uber, care le permite clienților care posedă telefoane inteligente să trimită o cerere de călătorie, care este redirectionată apoi în mod automat prin programul software șoferului Uber care se află cel mai aproape de client, informându-l cu privire la poziția clientului. Aplicația Uber afișează pe o hartă incorporată autovehiculul în timp ce se apropie de persoana care așteaptă, furnizându-i acesteia informații foarte exacte, în vreme ce șoferul știe deja care este destinația cursei. Nu

există tranzacții în numerar, deoarece aplicația Uber calculează automat prețul și transferă șoferului suma aferentă plății.

În principiu, orice persoană care deține un automobil poate să devină șofer Uber și nu este necesar să respecte niciun standard de calitate pentru taxiuri, cu excepția standardelor stabilite de Uber, iar acestea pot varia foarte mult de la un oraș la altul. Tarifele practicate de Uber sunt controlate la nivel central, prin algoritmi setați de Uber, care poate astfel să reacționeze flexibil la cererea pieței, la situația generală a acesteia și chiar la cea a traficului. Astfel, poate intra cu ușurință într-un război al prețurilor cu concurenții săi. În perioadele de cerere ridicată, este posibil ca prețurile să crească rapid, dar ulterior va crește și oferta, deoarece șoferii sunt mai motivați să ofere curse. Creșterea foarte rapidă a tarifelor este atât de eficientă încât timpul de așteptare este aproape întotdeauna sub 5 minute, indiferent de circumstanțe.

Utilizatorii aplicației au posibilitatea de a evalua șoferii; la rândul lor, șoferii pot evalua utilizatorii. Acest lucru asigură o loialitate mai mare față de clienți. Începând cu luna august 2016, acest serviciu este disponibil în peste 66 de țări și 507 de orașe din întreaga lume. Valoarea companiei este estimată la 68 de miliarde de dolari (septembrie 2016), iar venitul anual din 2016 la cel puțin 4 miliarde de dolari, de aproape 8 ori mai mare decât în 2014. Cu toate acestea, Uber încă înregistrează pierderi uriașe, dar, deoarece a acumulat atât de mult capital, poate investi foarte mult în inovații și în dezvoltarea companiei.

Beneficii și beneficiari

Pe termen scurt, clienții sunt cu siguranță cei care beneficiază de pe urma activității companiei Uber, care oferă un serviciu de taximetrie mult mai bun și mai facil - ușor de folosit, ușor de plătit, ușor de gestionat.

Perspectiva este continuarea extinderii serviciilor Uber care pot fi utilizate fără întreruperi. Nu este necesară adaptarea serviciilor la o anumită țară sau un anumit oraș - aplicația este aceeași

peste tot unde operează Uber. Pe termen lung, prin serviciul de ride-sharing oferit de Uber-Pool și cu o concurență mai mare din partea companiilor similare Uber, precum Lyft sau Didi Chuxing din China, serviciul ar putea deveni omniprezent: pur și simplu utilizați smartphone-ul și beneficiați de o călătorie relativ ieftină, de câteva minute, aproape oriunde și aproape oricând în orașul dumneavoastră.

Dezavantaje și pericole

Pe termen lung, Uber poate ajunge să ocupe o poziție de monopol (similară celei deținute de Google, Amazon sau Facebook pe piețele lor) și astfel să dicteze evoluția pieței: să dețină controlul asupra clienților, șoferilor, datelor de la șoferi și clienți, vânzătorilor, prețurilor, inovațiilor și furnizorilor „dependenți”, asupra cooperării cu operatorii de transport public și, într-o oarecare măsură, să influențeze chiar și evoluția legislației.

- Uber este o companie cu sediul în SUA și o parte considerabilă din veniturile sale ajunge în străinătate.
- Uber ar putea duce la dispariția serviciilor de taximetrie locale tradiționale.
- Este posibil ca Uber să nu respecte obiectivele de dezvoltare durabilă.

Analiza părților interesate - cine sunt susținătorii, cine sunt oponenții

SUSȚINĂTORII: în general, aceștia sunt organizațiile interesate de piețele libere și de îmbunătățirea serviciilor oferite clienților. Cu toate acestea, interesele unor organizații sau organisme precum camerele de comerț pot fi controversate: unele susțin inovarea, altele doresc să protejeze interesele legitime, precum cele ale companiilor de taximetrie.

OPONENȚII: aceștia pot fi organizații locale de taximetrie care nu doresc concurență, sindicate care vor să protejeze șoferii de încheierea unor contracte care le conferă puține drepturi.

Cadrul legal

Cel mai adesea, legile care reglementează activitățile desfășurate de Uber sunt, în cea mai mare parte, adoptate la nivel național, deoarece acestea intră sub incidența reglementărilor și legilor generale de acordare de licențe și autorizații, precum și sub incidența legislației muncii - astfel cum sunt stabilite pentru domeniul transporturilor și serviciilor de taximetrie. De cele mai multe ori, există și reglementări locale. Atunci când Uber intenționează să își înceapă activitatea într-un oraș, de regulă analizează cadrul legal local, pentru a fi pregătită să facă față posibilelor dificultăți, dar, de obicei, nu solicită permisiunea de a-și desfășura activitatea, dacă nu există o reglementare explicită în acest sens. Instituțiile precum sindicatele, camera de comerț sau organizația ori asociația locală a companiilor de taximetrie monitorizează situația și, de obicei, sunt primele care reacționează.

Opțiunile de politică pentru orașe

Opțiunile de politică pentru orașe Basically, there are four basic policy options for cities: Practic, administrațiile orașelor au patru opțiuni politice principale de a reacționa la serviciile companiei Uber:

SĂ IGNORE: prezența acesteia pe piață, adică să lase, în mare măsură, forțele pieței și sistemul judiciar existent să reacționeze la introducerea serviciilor Uber. Persoanele sau instituțiile care au ceva împotriva companiei Uber sunt libere să o acționeze în justiție. Pe piață, alte companii sunt lăsate să reacționeze la un concurent nou, care este posibil să ofere servicii mai bune, prețuri diferite, aplicații concurente.

SĂ STOPEZ: desfășurarea activității sale, prin emiterea unor decrete sau chiar adoptarea unor legi, sau acționarea în justiție a companiei Uber, toate cu scopul împiedicării acesteia să opereze în oraș. Această abordare nu a avut însă succes, deoarece Uber reacționează într-o manieră flexibilă, oferind servicii diferite sau ignorând astfel de decrete și achitând amen-

zile sau formulând apeluri împotriva hotărârilor judecătorești pronunțate în defavoarea sa.

SĂ REGLEMENTEZE: serviciile companiei Uber, prin adoptarea de regulamente care să o oblige să colaboreze doar cu șoferi autorizați - sau să efectueze verificări corespunzătoare ale antecedentelor șoferilor sau să îi trateze în calitate de angajați, nu de contractanți independenți. Aceste reglementări pot face ca activitățile desfășurate de Uber să fie mai costisitoare și, astfel, pot determina relaxarea, într-o oarecare măsură, a concurenței cu serviciile de taximetrie.

SĂ SE ADAPTEZ: unele orașe (cum ar fi Edmonton din Canada) au salutat apariția noului serviciu oferit de Uber, dar au instituit unele reglementări care îi protejează pe șoferi de contractele incorecte și pe consumatori împotriva potențialelor pericole și a practicilor tarifare neiloiale - de exemplu, prin definirea serviciilor de „ride-hailing” (servicii care permit comandarea unui automobil prin intermediul unei aplicații) și impunerea unei cerințe privind asigurarea comercială. Astfel, acestea au creat condiții de concurență echitabilă pentru serviciile de taximetrie, serviciile de ride-hailing și alte servicii similare.

Persoanele (din administrația orașului) care se ocupă de probleme legate de Uber

De obicei, administrația orașului nu este abordată, deoarece cadrul legislativ este în mare parte adoptat la nivel național și există deja în vigoare reglementări pentru serviciile de transport și de taximetrie. Este posibil ca serviciul economic din cadrul administrației orașului să fie primul care se confruntă cu această situație (acesta a fost, de pildă, cazul Vienei - unde a fost dezvoltată o strategie pentru Airbnb și alți actori din cadrul economiei colaborative). La fel ca și în cazul operatorilor transnaționali de autovehicule, precum Car2go, reprezentanții companiei Uber pot fi abordați de către serviciul de circulație rutieră sau de alte servicii ale administrației publice locale, în vederea purtă-

rii unor discuții periodice – unele constând în schimburi de date, altele în stabilirea condițiilor pentru cooperarea cu operatorul de transport public local – și în vederea soluționării eventualelor probleme de reglementare.

De obicei, camera de comerț sau sindicatul/sindicatul local(e) sunt primele care acționează. Administrația publică locală se află într-o situație neobișnuită, pentru că nu TREBUIE să acționeze cu adevărat, având în vedere că Uber se ocupă cu exploatarea comercială a unor servicii de transport și funcționează, practic, pe baza unei aplicații; așadar activitatea acesteia nu implică niște costuri directe pentru oraș. Dar, având în vedere impactul major și dezvoltarea rapidă ale companiei Uber, este recomandabil ca serviciul de circulație rutieră al unui oraș să nu ignore total situația și, în schimb, să adopte o abordare mai proactivă, verificând care este situația, analizând care sunt opțiunile de politică și abordând Uber în mod activ.

Bune/rele practici (exemple succinte)

În Franța, în special în Paris, au existat adevărate „războaie între Uber și taximetriști”, aceștia din urmă considerând că activitatea Uber a determinat pierderea locurilor de muncă din cadrul serviciilor de taxi existente. Protestele organizate au fost răspândite pe scară largă și la nivel național, iar unele au devenit violente, implicând intervenția forțelor de ordine speciale (de combatere a revoltelor). UberPop a fost interzis o perioadă de timp, dar Uber a continuat pur și simplu să furnizeze acest serviciu, ba chiar a introdus și alte servicii alternative, precum UberPool, UberX, UberGreen și Ubervan. Potrivit sindicatului taximetriștilor, veniturile șoferilor angajați de serviciile tradiționale de taximetrie au scăzut cu 30-40%

LONDRA: este un exemplu foarte bun, deoarece este o piață uriașă, pe care Uber a început să opereze foarte devreme (a fost cel de-al 11-lea oraș în care au fost introduse serviciile Uber și primul din Europa), de atunci ajungând să dețină o poziție dominantă.

Uber și-a început activitatea în 2012, oferind un serviciu de automobile de lux. Scopul său prin-

cipal a fost să obțină cât mai mulți șoferi activi, pentru a le da clienților sentimentul că oferă un serviciu foarte accesibil. A devenit rapid foarte populară în rândul șoferilor pentru că avea foarte mulți bani și îi plătea cu 25 de lire sterline pe oră, indiferent dacă erau activi (conduceau) sau nu. Oferea posibilitatea de a câștiga bani ușor și s-a dezvoltat rapid. Apoi, la un anumit nivel, Uber a început să ofere serviciul UberX: prețurile de călătorie erau mai mici decât cele oferite de serviciile clasice de taximetrie de tip „black cab”(taxiuri negre).

A avut loc, la nivel național, o grevă organizată a șoferilor de taxiuri convenționale împotriva lui Uber, care a fost extrem de contraproductivă (pentru aceștia): i-a adus companiei Uber multă publicitate și a crescut procentul de descărcare a aplicației cu 850%! Ulterior, șoferii au fost plătiți mai puțin, dar câștigau în continuare mult mai mulți bani decât șoferii altor servicii. Pe măsură ce rețeaua Uber a devenit tot mai densă, șoferii au început să aibă mai mulți clienți pe oră și din ce în ce mai puțini timpi morți. Timpul mediu de așteptare pentru clienți a ajuns la 172 de secunde, iar un șofer trebuie să se hotărăscă dacă preia o comandă în decurs de 15 secunde. Uber susține că șoferii săi câștigă mai mulți bani, deși câștigă mai puțin de la fiecare client.

Cei de la Uber continuă să scadă prețurile și să sporească densitatea rețelei, ceea ce, conform terminologiei lor, înseamnă „lichiditatea pieței”. Următorul pas a fost introducerea de către Uber a serviciului UberPool, în cadrul căruia călătoriile pot fi partajate cu alți clienți. Pentru Uber, ar fi ideal ca șoferii să conducă aproape tot timpul. Serviciul a devenit fantastic de bun - ieftin, pune la dispoziție statistici pentru toate călătoriile efectuate, rămân în sistem doar șoferii care primesc evaluări foarte bune - dar presiunea asupra șoferilor este în continuă creștere și Uber a ajuns deja să domine piața - în doar 4 ani.

(A se vedea: <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/27/how-uber-conquered-london> retrieved 8 Nov 2016)

Calendar

Odată ce Uber își începe activitatea undeva, se dezvoltă destul de repede –mașinile sale pot să apară pe stradă în câteva luni și să câștige o cotă de piață considerabilă în doar câțiva ani. Așadar, ar trebui ca orașele să fie pregătite, astfel încât să poată avea șansa de a acționa cu o viteză similară.

Costuri

Uber este un serviciu comercial și, prin urmare, nu implică costuri directe pentru oraș - dimpotrivă, îi poate aduce venituri, prin impozitele sau taxele de licență care îi sunt percepute.

Întrebări deschise

Având în vedere că Uber este încă foarte nouă, există multe întrebări deschise.

REGLEMENTARE: va exista o reglementare europeană sau națională pentru Uber?

CONCURENȚA: au fost dezvoltate multe servicii concurente, unele inițiate mai degrabă la nivel local, altele globale. Cel mai adesea, acestea au modele de afaceri ușor diferite. Pe unele piețe există o concurență puternică în materie de prețuri. Exemple de concurenți sunt: Lyft în SUA, Didi Chuxing în China, Grab în Asia de Sud-Est și Ola în India. În Europa nu s-a dezvoltat nicio concurență reală (cu excepția serviciilor oferite la nivel foarte local). Întrebarea este dacă acești concurenți își vor încerca norocul și în Europa sau dacă se va dezvolta un concurent european puternic. În caz contrar, Uber va ajunge foarte aproape să dețină monopolul.

CĂLĂTORIA FĂRĂ ÎNTRERUPERE: va deveni aceasta reală? Cei de la Uber intenționează să ajungă la performanța ca șoferii să fie implicați într-un lanț neîntrerupt de preluări de clienți și transportare a acestora la destinație – ceea ce ei numesc „călătoria perpetuă (fără întreruperi)”. Sunt pe cale să realizeze acest lucru cu UberPool. Șoferii Uber din New York au constatat o scădere a intervalului de inactivitate pe oră, de la 36 de minute la 20 de minute, în decurs de trei ani. Acest lucru ar revoluționa

transportul urban, fiind posibil ca serviciile Uber să înghită piața transportului public, precum și transportul individual cu automobilul personal și chiar deplasarea cu bicicleta și mersul pe jos. Potențialul există.

Posibile evoluții viitoare

AUTO-VEHICULELE AUTONOME: Uber experimentează autovehicule autonome (încă există un șofer la bord pentru situații de urgență și pentru monitorizare, dar, în principiu, autovehiculul se conduce singur) și îmbunătățește constant tehnologia acestora. Obiectivul este clar: eliminarea fiabilității reduse, a numărului limitat de ore și a factorului cost pe care îl implică șoferii umani. Este tehnologia ideală pentru Uber. S-ar putea să existe o concurență puternică din partea altor actori din domeniul high-tech cum ar fi Google, Tesla și chiar Apple.

LOGISTICĂ: Uber experimentează și pe piața de logistică, prin servicii cum ar fi UberEATS, care oferă servicii de livrare la domiciliu de mâncare pregătită de diverse restaurante, ce poate fi comandată simplu, prin aplicația dedicată. În câteva orașe, există și UberCargo, într-o fază de testare, piața fiind extinsă astfel și la transportul de mărfuri.

SERVICIILE DE TRANSPORT AERIAN: Cel mai extrem experiment al Uber este UberElevate, un concept făcut public abia în octombrie 2016. În decurs de cinci ani, Uber intenționează să introducă un avion complet electric, cu decolare și aterizare verticală, care poate zbura 150 km cu o viteză de aproximativ 240 km/h, putând transporta un pilot și mai mulți pasageri. Utopic? Poate. Dar Uber intenționează să lanseze o ofertă publică inițială (IPO). Și cu (aproximativ) 60 de miliarde numerar se pot face multe lucruri.

COLECTAREA UNUI VOLUM IMENS DE DATE: Uber colectează o cantitate enormă de date cu privire la călătoriile din oraș, transportul urban și comportamentul șoferilor și al clienților. Încă nu se știe ce va face cu aceste date, în afară de optimizarea propriilor servicii. Analizând dezvoltarea companiei Uber pe parcursul

scurtei sale existențe de la înființarea ei în 2009, este de așteptat ca aceste date să fie utilizate, poate chiar în scopuri foarte neortodoxe și neașteptate.

Cum și unde se încadrează într-un PMUD

Uber (și serviciile similare) au un potențial imens și pot influența serviciile urbane într-un interval de timp de câțiva ani. Până în prezent, Uber s-a concentrat asupra metropolelor. În Europa (inclusiv în Rusia), din noiembrie 2016, este prezentă în aproape 100 de municipii - dintre care cele mai mici au aproximativ 400 000 de locuitori. Prin urmare, orașele cu mai mult de 100 000 de locuitori ar trebui să fie pregătite (pentru o eventuală introducere a serviciilor Uber).

Serviciile de taximetrie și de car-sharing de calitate pot înlocui automobilele personale. Uber este o nouă formă de transport hibrid, o combinație între serviciile de car-sharing și de taximetrie. Odată cu începerea utilizării automobilelor autonome, aceste 2 tipuri servicii vor deveni identice, în esență.

Pentru a se adapta și pregăti pentru această inovație, administrațiile orașelor trebuie să analizeze legile și normele care reglementează toate aceste moduri de transport și să fie dispuse să le modifice și să le adapteze. Trebuie să elaboreze scenarii privind modul în care Uber ar putea influența călătoriile în oraș și cum ar putea fi controlat și orientat acesta. Ele ar putea să stabilească obiective specifice care trebuie îndeplinite pentru astfel de servicii, precum numărul de șoferi, densitatea rețelei, strategiile de marketing, cooperarea cu operatorii de transport public. În plus, ar fi indicat să invite părțile interesate la discuții legate de interesele, grijile și speranțele lor.

UBER - șofer particular pentru toți

șoferii blochează străzile din Paris în semn de protest față de Uber

Autor

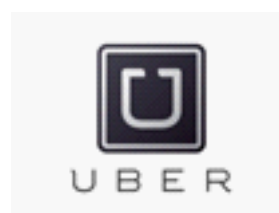
Karl-Heinz Posch

Tel: +43 316 810 451 26

Email: posch@fgm.at

Internet www.fgm.at

Notă finală: denumirea „UBER“ vine de la cuvântul „über” din limba germană (care înseamnă „deasupra” sau „dincolo(de)”, în funcție de context), iar în engleza americană este un prefix folosit în limbajul argotic cu sensul de „hiper-“ sau „super-“.



U B E R
EVERYONE'S PRIVATE DRIVER™



Fotografii: Uber inc. și BidnessEtc.

www.sump-network.eu

RĂSPUNDERE LEGALĂ: Autorii își asumă întreaga răspundere pentru conținutul acestei publicații. Aceasta nu reflectă neapărat opinia Uniunii Europene. Comisia Europeană nu este responsabilă pentru vreo utilizare a informației conținute aici. Toate imaginile au fost puse la dispoziție de către parteneri (dacă nu este menționat altfel) și au aprobarea pentru a fi reproduse în această publicație

CIVITAS PROSPERITY a primit finanțare prin Programul Uniunii Europene pentru cercetare și inovare Horizon 2020, în temeiul acordului de grant nr. 690636

