

Firmy oferujące przewóz osób dotują biznes w Polsce, by zdobyć jak największy kawałek rynku. Tracą korporacje taxi. Ale to wkrótce może się zmienić.

Cenowa wojna o polskiego pasażera nabiera rumieńców. Taxify ścięło ceny o 50 proc. Teraz mytaxi przygotowało odpowiedź – w środę wprowadziło nową usługę, tzw. ride sharing. Dzięki temu pasażer może współdzielić przejazd taksówką z innym klientem, zabranym po drodze. W efekcie rachunek dzielą między siebie. To – jak tłumaczy Krzysztof Urban, dyrektor zarządzający mytaxi w Polsce – oznacza, że przy wydłużonym średnio o 5–7 minut kursie pasażerowie zaoszczędzą po ok. 40 proc.

Warszawa jest pierwszym miastem w Europie, w którym mytaxi ruszyło z tą ofertą. Liczy, że złapie na nią najmłodszą grupę klientów (przed 30. rokiem życia). Firma zakłada, że ride-sharing będzie stanowić nawet o 30 proc. przewozów świadczonych przez mytaxi w stolicy. Plan zakłada wejście z ride-sharingiem również do Trójmiasta i innych aglomeracji w Europie.

[mc4wp_form id="84"]

Promocyjne cenniki

To już kolejna akcja mytaxi, która ma odbić pasażerów korporacjom i innym aplikacjom. Wcześniej przez wiele miesięcy spółka oferowała kursy 50 proc. taniej, a ostatnio proponuje za każdy pełnopłatny przejazd drugi kurs gratis. Trudno się dziwić, że przy takiej polityce działalność w Polsce nie jest rentowna. Ale na tym etapie nie o to chodzi. Alex Kartsel z konkurencyjnego Taxify tłumaczy, że chodzi o zdobycie dla siebie jak największego kawałka rynku. – Szacuje się, że Uber w Warszawie ma ponad 1 mln kursów miesięcznie. Z takich przewozów w stolicy może korzystać nawet 600 tys. pasażerów. To potężny i atrakcyjny rynek, ale przy tym konkurencja na nim jest ogromna. Dlatego w tej chwili ważniejszy od zysku jest udział w rynku – podkreśla.

Taxify, głównie dzięki pieniądзом chińskiego inwestora, również dotuje polski biznes. – Nie sądzę jednak, by tak niskie ceny, z jakimi mamy dziś do czynienia w promocjach, zostały na dłużej. Cenniki przewozów w Polsce są na dość niskim poziomie – twierdzi Kartsel.

Dodaje, że prawdopodobnie jeszcze przez najbliższe dwa lata będziemy jednak świadkami walki na promocje. Korporacje taksówkowe w rywalizacji z aplikacjami, jak mytaxi, Uber czy Taxify, znalazły się więc na przegranej pozycji. Wystarczy

wspomnieć, że opłata początkowa za przejazd Uberem to 4 zł, a za każdy kilometr – 1,3 zł. W korporacjach taxi samo trzaśnięcie drzwiami to ok. 8 zł, plus z reguły ponad 2 zł/km.

Michał Beim, ekspert Instytutu Sobieskiego, uważa, że taksówkarze po części sami sobie są winni temu, że zostali zepchnięci do defensywy. – Nie wykorzystują przewag, które mają, czyli faktu, że mogą poruszać się po buspasach, których w miastach jest coraz więcej, czy możliwości bezpłatnego korzystania z postojów w centrach miast – zaznacza.

Kolejny błąd to tzw. druga strefa w miastach. Wjazd w nią podbija taryfę, co z reguły mocno bije klienta po kieszeni. – A aplikacje nie mają takich rozwiązań. W efekcie na Śląsku, gdzie granice między miastami są niewidoczne, króluje Uber – dodaje.

Jednak i klienci Ubera często narzekają na stawki. A chodzi o tzw. przelicznik szczytowy. – Jeśli jest duże zapotrzebowanie w danym momencie na auta przewoźnika, pasażer może liczyć się z tym, że nie zapłaci stawki, do której jest przyzwyczajony, lecz wyższą, poddaną specjalnemu mnożnikowi – wyjaśnia Michał Beim.

Źródło: Rzeczpospolita. [Czytaj dalej...](#)