



این روزها فعالیت‌های انجام شده از سوی اوبر به شدت مورد توجه رسانه‌ها قرار دارد. استارت‌آپی که روزگاری حوزه کاری محدودی داشت؛ امروزه به یکی از معتبرترین و بحث‌برانگیزترین شرکت‌هایی تبدیل شده است که نگاه‌ها را به سمت خود معطوف ساخته است. اما خالق این استارت‌آپ چگونه موفق شد اوبر را به یکی از شرکت‌های طراز اول جهان تبدیل کند؟

تقریباً پنج سال پیش شرکتی به نام UberCab در سان‌فرانسیسکو کار خود را آغاز کرد. این شرکت در ابتدای فعالیت خود به مشتریان اجازه می‌داد از طریق برنامه همراه این شرکت به نزدیک‌ترین راننده‌ای که در نزدیکی آن‌ها قرار دارد متصل شوند و همچنین به راننده نیز اجازه می‌داد از موقعیت مکانی مسافر اطلاع پیدا کند.

## مطلب پیشنهادی



بر مبنای چه رویکردی به جواب می‌رسید: بینش آنی یا تحلیل؟  
چگونه مشکلات را در زمان کمتر اما با دقت بالاتر حل کنیم

در این مکانیزم، مسافران تقاضای درخواست راننده را ارسال می‌کنند و قادر هستند از مکان راننده اطلاع پیدا کنند. رانندگان طرف قرارداد با اوبر می‌توانند از ماشین خود استفاده کرده یا ماشین را از شرکت اوبر اجاره کنند. در این سرویس که امروزه در بیش از 60 کشور جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد برنامه اوبر به طور خودکار کرایه را محاسبه کرده و فرآیند پرداخت به راننده را مدیریت می‌کند. اوبر امروزه بیش از 6700 کارمند دارد. راهکار ابداع شده از سوی UberCab که امروزه به شرکت آیر تغییر نام داده است به سرعت فراگیر شد و از سوی بسیاری از شرکت‌ها در اقصا نقاط جهان کپی‌برداری شد. به شکلی که امروزه از راهکار ارائه شده از سوی اوبر به نام Uberisation یا Uberification (اوبرسازی) نام برده می‌شود.



### مسیر موفقیت هموار و ساده نبود

گزارش‌های مالی منتشر شده از سوی اوبر نشان می‌دهند که این شرکت همچنان به روند سودآوری خود ادامه می‌دهد و به خوبی موفق شده است سرمایه‌گذاران بیشتر و بیشتری را جذب کند. اما اوبر در این راه با مشکلات و چالش‌های متعددی دست به گریبان بوده است. مبارزه با رقبای تازه به میدان وارد شده، تلاش برای تنظیم و متعادل نگه داشتن قیمت‌ها و همچنین برنامه‌ریزی برای به کارگیری ماشین‌های خودران در ناوگان این شرکت از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی اوبر است.

در مورد گزینه آخر این شرکت نه تنها از جانب صنعت تاکسیرانی با انتقادهای فراوانی روبرو است که معتقد است اوبر چرخه کسب‌وکار را به هم ریخته، قیمت‌ها را به عمد پایین آورده و حتا سرویس‌های غیرایمنی را ارائه می‌کند بلکه از جانب رانندگان خود نیز با مشکلاتی روبرو است. رانندگانی که با خودران شدن وسایل نقلیه ممکن است شغل خود را برای همیشه از دست بدهند.



در همین اوصاف تنش شدیدی میان اوبر و Didi Chuxing شکل گرفت. دیدی چوکسینگ استارت‌آپی است که همانند اوبر در کشور چین در حوزه حمل‌ونقل و تاکسی‌رانی به فعالیت اشتغال دارد. جین لیو مدیر و سرمایه‌گذار این استارت‌آپ تنها ظرف یک و سال نیم موفق شد تعداد مشترکان این شرکت را از 500 نفر به رقم 5000 نفر برساند. استارت‌آپی که این روزها دامنه کاری خود را به کشورهای دیگری همچون سنگاپور، هند و حتی ایالات متحده بسط داده است. سرانجام پس از یک مشاجره بسیار طولانی میان اوبر و دیدی چوکسینگ، شرکت اوبر در برابر همتای چینی خود تسلیم شود و نهایت واحد چین خود را به دیدی چوکسینگ واگذار کرد. اکنون این دو شرکت در قالب یک همکاری مشترک با یکدیگر به فعالیت در چین ادامه می‌دهند.

با آغاز سال 2017 اوبر با مشکلات و مجادله‌های دامنه‌دار و گسترده‌ای روبرو شده است. کمپین #DeleteUber در اواخر ماه ژانویه در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد. در حالی که بسیاری بر این باور هستند که این هشتک، در اصل یک هشتک سیاسی بوده و به انتقاد از همراهی مدیرعامل این شرکت با ریاست جمهوری ایالات متحده شکل گرفته است، اما شرکت‌کنندگان در این کمپین برخوردهای تبعیض‌آمیز جنسیتی و آزار و اذیت‌ها را دلیل فراگیر شدن این کمپین بر شمرده‌اند. حتی چندی پیش گزارشی عجیب در ارتباط با مصرف مواد مخدر و آزمایش پاک بودن رانندگان طرف قرارداد با اوبر منتشر شد. اما سرمایه‌گذاران اوبر در این باره هیچ‌گونه اظهارنظری نکرده‌اند. مدیرعامل این شرکت نیز با تعدادی از رانندگان طرف قرارداد مشکلات جدی را داشته است. اما با وجود تمامی این مشکلات اوبر هنوز هم یکی از با ارزش‌ترین برندهای جهان به شمار می‌رود. این ارزشمندی را در ارتباط با پروژه‌هایی که این شرکت به دنبال تکمیل آن‌ها است مشاهده می‌کنیم. ایده اولیه‌ای که روزگاری از سوی تراویس کالانیک ارائه شد، امروزه تبدیل به پدیده‌ای جهانی شده است که روی زندگی میلیون‌ها انسان تاثیرگذار بوده است.

**تاریخ انتشار:**  
28 اسفند 1395