

הזדמנויות ואתגרים בחדירת התחבורה השיתופית לישראל



לאחרונה אישר המחוקק במסגרת חוק ההסדרים את הנסיעה השיתופית במוניות, מהלך אשר מהווה אבן דרך נוספת בהתפתחות התחבורה השיתופית בישראל

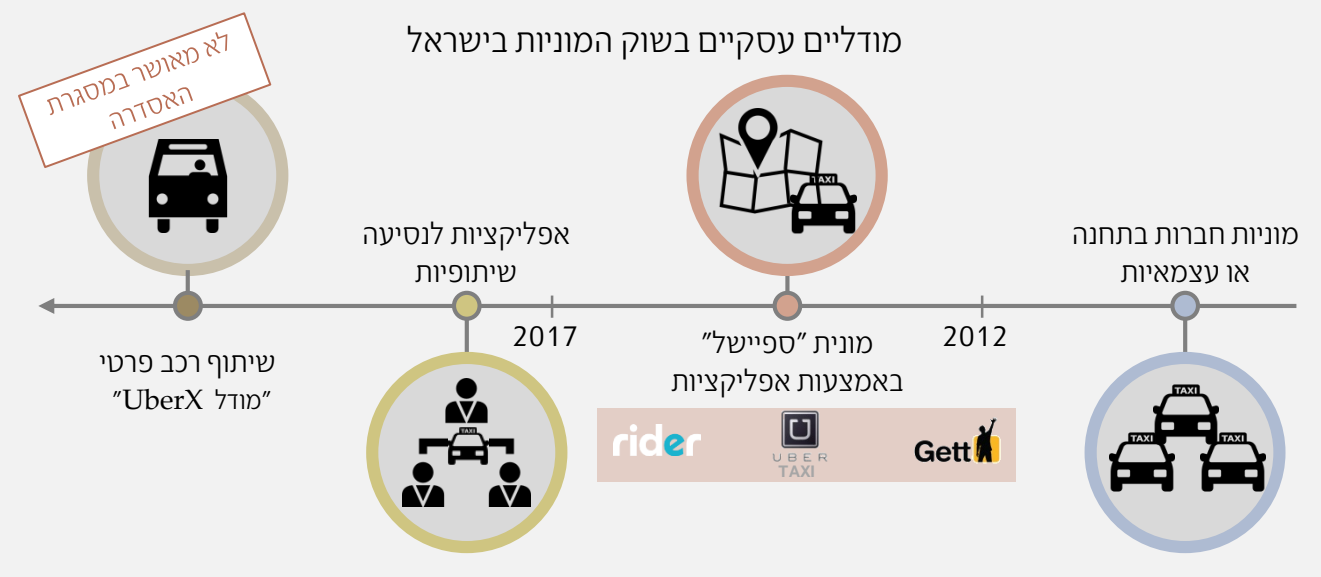
בשנים האחרונות ניתן לזהות בישראל שינויים בשוק התחבורה הציבורית בכלל, ובשוק המוניות בפרט. בעבר, שוק המוניות בישראל היה שוק מסורתי שכלל תחנות מוסדרות המאגדות מספר נהגים, לצד נהגים שעבדו באופן עצמאי. עם כניסתה של אפליקציית Get taxi (כיום Gett) ב-2012, השתפרה יכולת ה-matching בין הנוסעים לנהגים, זמינות המוניות לנוסעים וחווית הלקוח, וכתוצאה מכך חלה צמיחה בכמות הנסיעות הן ברמת השוק והן ברמת המונית הבודדת. בשנים האחרונות, הושקו אפליקציות מתחרות ל-Gett כגון UberTaxi ו-Rider. במקביל, לאחרונה השיקו אפליקציות מוכרות לשיתוף ידע בתחום התחבורה, כגון Waze (לנהגי רכבים פרטיים) ו-Moovit (לנוסעי תחבורה ציבורית), שירותי Carpooling, המחברים בין נהגי רכבים פרטיים לנוסעים ליעד משותף בתמורה להשתתפות הנוסעים בהוצאות הנסיעה. מגמה זו משתלבת עם המגמה העולמית הכוללת שימוש גובר במודלים של כלכלה שיתופית, בין היתר בתחום התחבורה. הכלכלה השיתופית מבוססת על שימוש חוזר במשאבים קיימים תוך שיתופם בין צרכנים, על מנת להוביל לניצול יעיל יותר של המשאבים וכפועל יוצא מכך להוביל לצמיחה כלכלית. בתחום התחבורה ניתן לזהות שני רבדים שונים: (1) נסיעות שיתופיות ו-(2) שיתוף הרכב הפרטי*:

- (1) נסיעות שיתופיות – שימוש בכלי רכב אחד, פרטי או ציבורי, להסעת מספר נוסעים הנעים במסלול נסיעה דומה
- (2) שיתוף הרכב הפרטי – הגדלת ניצולת ההון והרחבת זמן השימוש של הרכב הפרטי על ידי שימוש להסעת ייעודית של נוסעים שאינם בעל הרכב, בתמורה לתשלום לבעל הרכב

בישראל, בתחום ה"נסיעות השיתופיות" צפוי בחודשים הקרובים שינוי מהותי. התקנות, אשר עד לאחרונה לא איפשרו לאפליקציות המוניות לגבות תשלום נפרד מכל נוסע עבור קטעי נסיעה שונים, השתנו במסגרת חוק ההסדרים 2017-2018. במסגרת הרפורמה, יתוקנו התקנות כך שהאפליקציות בתחום המוניות יוכלו להציע לנוסעים שירותי "נסיעה שיתופית", במסלול דינמי, במחיר שונה לכל נוסע ובהתאם ליעד הנסיעה המבוקש על ידו. על פי החוק החדש, מחיר נסיעה שיתופית יהיה נמוך בלפחות 20% ביחס למחיר נסיעה רגילה וישולם על ידי כל נוסע בנפרד**.

עם זאת, השינוי המוצע אינו כולל עדיין את פתיחת השוק להסעת נוסעים על ידי בעל הרכב הפרטי ("שיתוף הרכב הפרטי"). הנסיעה השיתופית תתבצע ע"י בעלי רישיון לנסיעה מיוחדת בלבד ("נהג מונית"), ותתאפשר רק באמצעות הזמנה מראש.

מודלים עסקיים בשוק המוניות בישראל



*קיימים מודלים נוספים של "שיתוף רכב" שאינם פרטי, כגון Car2Go בהם לא נעסוק במסמך זה
 **מחיר נסיעה רגילה – מחיר מוערך לנסיעה המבוקשת אם הייתה מתקיימת כנסיעה מיוחדת באמצעות הפעלת מונה, בהתאם למחשבון אשר יפורסם באתר האינטרנט של משרד התחבורה;

בעולם התפתחו בשנים האחרונות מגוון רחב של מודלים בתחום התחבורה השיתופית, אשר שינו באופן יסודי את הרגלי הצריכה

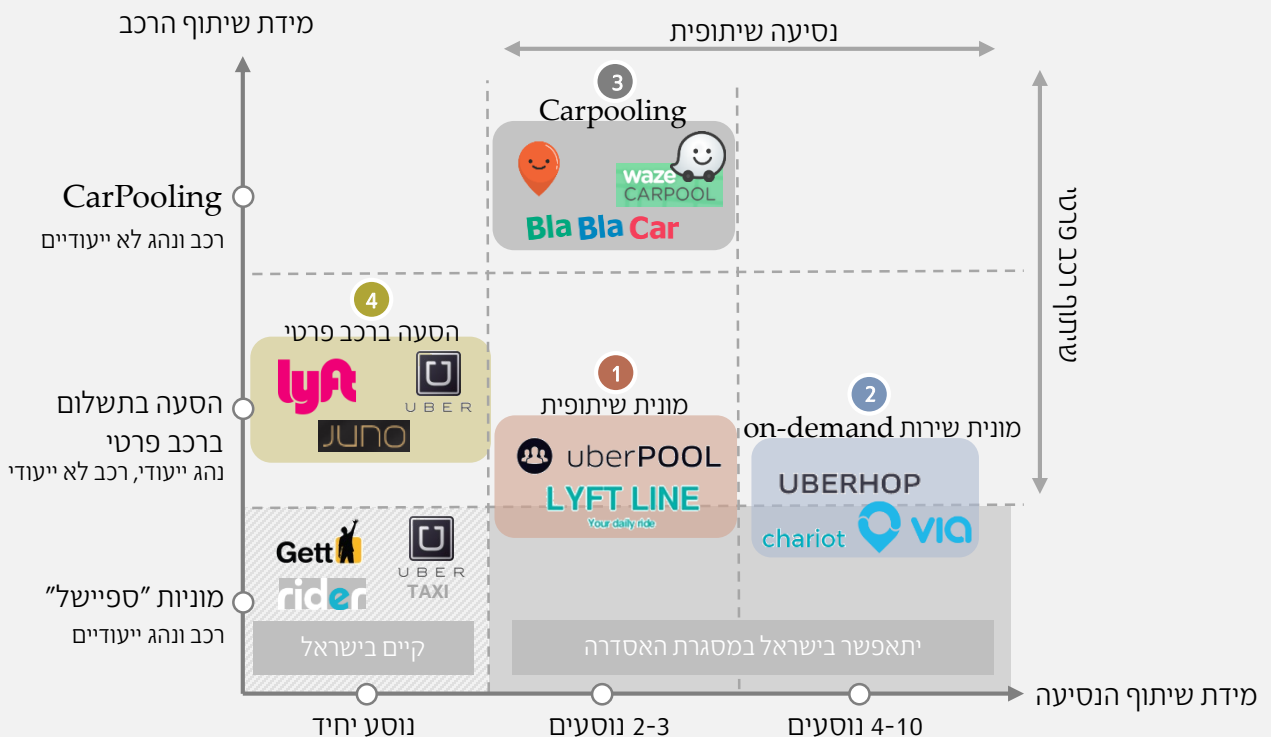
בשנים האחרונות התפתחו בעולם מודלים שונים ומגוונים בתחום התחבורה השיתופית. מודלים אלו מציעים לנהגים ולנוסעים הצעות ערך אטרקטיביות, אשר כוללות הוזלות מחירים לצרכני הקצה ביחס לאלטרנטיבות המסורתיות. עדות לצמיחה המואצת שעובר התחום ניתן לראות בנתוני החברות המרכזיות הפועלות בתחום. כך לדוגמה, חברת Uber ששוויה נאמד בכ-68 מיליארד דולר, כוללת רשת של מעל למיליון נהגים ופועלת לרוב במודל הכולל שיתוף רכב פרטי (UberX) וגם מודל המשלב שירותי נסיעות שיתופיות (UberPool)*. בעיר לונדון לבדה הצליחו שירותי הנסיעה השיתופית UberPool לצבור למעלה מ-20 מיליון נסיעות בשנת 2015**. גם מתחרתה המרכזית של Uber בארה"ב, חברת Lyft, המציעה שירותי Lyft Line לנסיעות שיתופיות, הצליחה להגדיל קהל המשתמשים בשירותי ה-Line בשנה וחצי הראשונות לאחר השקתה בלוס אנג'לס באחוזי צמיחה משמעותיים.

מודלי ה-"נסיעה שיתופית" מציעים לצרכן מחירים מוזלים יותר מנסיעת "ספיישל" במונית רגילה, בתמורה לאי הנוחות הנובעת מהארכה מינימאלית ככל האפשר של מסלול הנסיעה ומצירוף אנשים נוספים. בחלק מהמודלים הנהגים הינם נהגי מונית מקצועיים, מועסקים באופן ישיר אל מול החברה המפעילה, או באופן עצמאי, ובחלקם הנסיעה השיתופית מתבצעת באמצעות רכב ונהגים פרטיים (שיתוף רכב פרטי).

ניתן לסווג את סוגי המוצרים בתחום התחבורה השיתופית, לפי בידולם במאפיינים מרכזיים:

- מספר האנשים שחולקים ושותפים לנסיעה (מידת שיתוף הנסיעה), כאשר "נסיעה" מתייחסת למוצא ויעד, ללא תלות בכמות הנוסעים בקבוצה
- המידה בה השיתופיות הינה מטרת הנסיעה, כלומר המידה בה הנסיעה הינה ייעודית עבור המזמין ולא הייתה מתקיימת ללא הזמנתו (מידת שיתוף הרכב)

מודלים נפוצים לתחבורה שיתופית בעולם



*נתונים מוערכים המבוססים על פרסומים בתקשורת העולמית ומקורות פומביים נוספים

**נתוני Uber, יוני 2015

השוני הקיים בין המוצרים המוצעים ללקוח בכל מודל בא לידי ביטוי במידת הגמישות שמציעים לצרכנים במסלולי הנסיעה, לוחות הזמנים, נקודות האיסוף וההורדה, במספר הנוסעים שחולקים רכב ובמחיר המוצע:

אושר בחוק

1

"מונית" שיתופית

- שיתוף "מונית" המאפשר לרוב לכ-2-3 נוסעים בעלי מסלול נסיעה דומה לחלוק רכב ולשלם מחיר מוזל
- מודלים נפוצים בעולם הינם UberPool ו-Lyft Line המציעים נסיעה שיתופית הכוללת שיתוף רכב פרטי. בישראל, שיתוף הנסיעה יתאפשר למונית בלבד במסגרת האסדרה

אושר בחוק

2

מונית שירות on-demand

- נסיעה שיתופית של מספר רב יותר של נוסעים, המקבילה לנסיעה במונית שירות בעלת מסלול דינאמי ולוח זמנים גמיש
- מודלים חדשים יחסית, כמו VIA, UberHop ו-Cheriot פעילים בערים מרכזיות בארה"ב

פילוט ללא חקיקה

3

פלטפורמות לתיאום CarPooling

- פלטפורמות דיגיטליות המאפשרות לנוסעים ולנהגים לתאם נסיעה משותפת ברכבו הפרטי של הנהג בתמורה להשתתפות בעלויות הנסיעה
- פלטפורמות דיגיטליות לחיבור בין נוסעים לנהגים קיימות מזה מספר שנים. לאחרונה, Waze ו-Moovit השיקו אפשרויות לחיבור בין נהג לנוסע ותשלום באמצעות האפליקציה

לא מאושר כיום בישראל

4

הסעה בתשלום ברכב פרטי

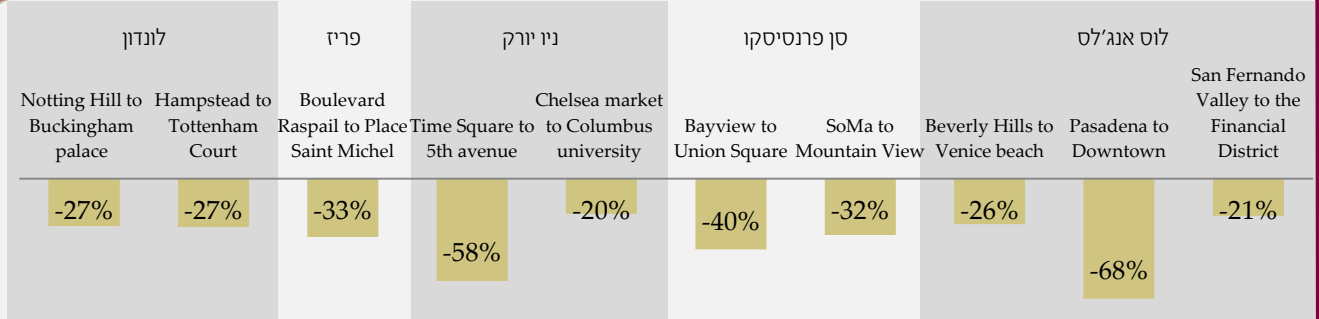
- פלטפורמות נסיעה שיתופית לבעלי רכב פרטי המאפשרת לעשות שימוש ברכבם לצורך הסעת נוסעים בתמורה לתשלום
- בכך, נחסכות ההוצאות השונות הכרוכות ברישיון המונית וחלק מעלויות ההון של הרכב הינן עלויות "שקועות". המודלים הנפוצים בעולם בתחום הם מודל UberX ו-Lyft

בערים מרכזיות בעולם, מודל המונית השיתופית הביא להוזלות של עשרות אחוזים במחירי הנסיעות לצרכנים

מחירי המונית השיתופית האטרקטיביים ביחס למחירי המוניות המסורתיות מהווים קטליזטור מהותי לחדירתה. כך לדוגמא, השוואה מדגמית של נסיעות במסלולים שכיחים בערים מרכזיות בעולם מעידה על הוזלה המגיעה עד לכ-70% במחירי המונית השיתופית לעומת מונית רגילה, כשהמוצע במדגם עמד על הוזלה של כ-30%-40%. יש לציין כי האפליקציות הפועלות בתחום בעולם (Uber, Lyft ועוד) מציגות לנוסע, בעת ההזמנה, את המחיר עבור נסיעה רגילה ועבור נסיעה שיתופית.

בדיקה מדגמית

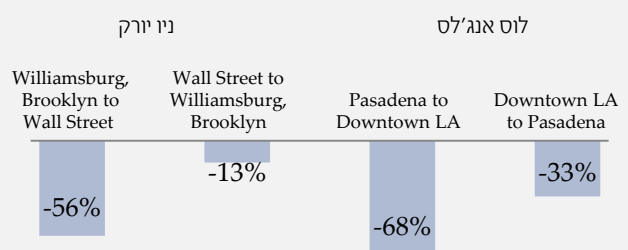
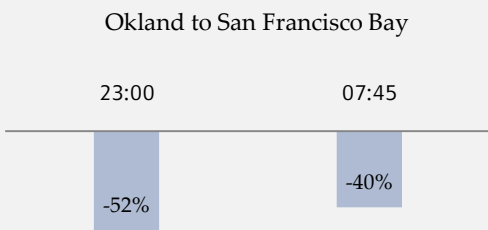
השוואת אחוז ההנחה במחירי מונית שיתופית לעומת מונית רגילה בערים נבחרות בעולם*



שיעור הוזלה במודל המונית השיתופית לעומת המונית הרגילה משתנה בעיקר בהתאם ליכולת האפליקציה לבצע "Matching" (תיאום) בזמן אמת בין נוסעים שונים לעומת מונית בודדת במסלול נסיעה דומה. יכולת זו משתנה בהתאם למסלול ומועד הנסיעה, אשר משפיעים באופן מהותי על הביקוש לנסיעות שיתופיות בזמן נתון, ובהתאם על יכולת ה-Matching וההנחה במונית השיתופית. כך לדוגמא, שינוי כיוון הנסיעה במועד זהה או לחילופין שינוי מועד הנסיעה למסלול זהה עשויים להשפיע באופן משמעותי על ההנחה המוצעת לנוסעים במודל המונית השיתופית:

שיעור הוזלה של נסיעה בתחבורה שיתופית לעומת נסיעה רגילה – שינוי במועד הנסיעה

שיעור הוזלה של נסיעה במונית שיתופית לעומת נסיעה רגילה – שינוי בכיוון הנסיעה באותו המועד



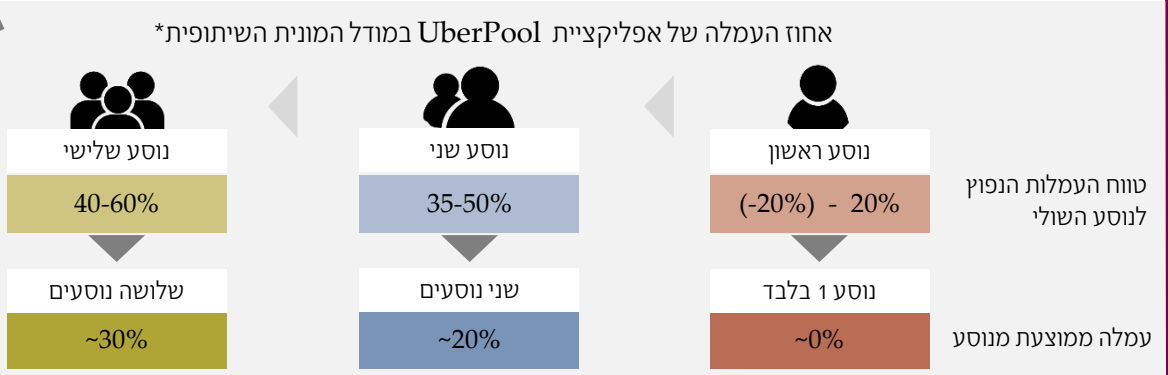
בנוסף, יש לציין כי מחירי הנסיעות באפליקציות הפופולאריות בעולם אינם מוגבלים לרוב בתקרת מחיר, וכך מחירי הנסיעה הן במונית הרגילה והן במונית השיתופית עשוי לזנק בעשרות אחוזים בשעות ה-Peak (שעות השיא) בהתאם לעודפי הביקוש הנוצרים בזמן נתון. עם זאת, גם בשעות אלה, פערי המחיר בין הנסיעה השיתופית לנסיעה הרגילה לכל הפחות יישמרו וייתכן כי אף יתרחבו לאור הסיכוי הגובר ל-Matching בזמני השיא.

*הדגימה נערכה באפליקציית UBER ומשווה בין מחירי נסיעה לא שיתופית (UberX) לעומת מחירי נסיעה שיתופית (UberPool) במסלול זהה ובמועד זהה

מודל המונית השיתופית הביא לשיפור ברווחיהם גם של ה-Technology Providers וגם של הנהגים

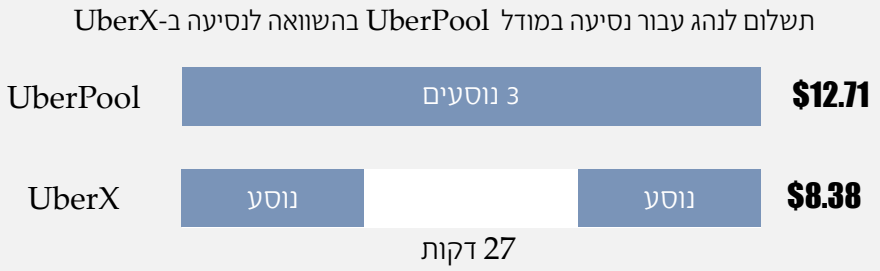
מודל המונית השיתופית הביא לשינוי במודלי התמחור והסיכונים שנוטלות על עצמן האפליקציות הטכנולוגיות (Technology Providers) הפעילות בתחום. כאמור, על בסיס יכולת ההתאמה (Matching) מתמחרת האפליקציה את המחיר לנוסע ואת העמלה אשר היא גובה עבור הנסיעה. כך לדוגמא, המחיר לנוסע הראשון מתמחר ברווח אפסי ואף הפסדי עבור האפליקציה (על פי התשלום לנהג) ואילו המחירים לנוסע השני והשלישי מגלמים את "הצלחתה" של האפליקציה לבצע תיאום לנסיעה שיתופית ומתוכם נובעים שיעורי העמלה לאפליקציה שיכולים להגיע בזמני השיא לכדי כ-50%-60%.

בדיקה מדגמית



במקביל, התשלום המשולם לנהג דינאמי גם הוא, ומתחשב בזמן ובמרחק הכוללים לנסיעה (בניגוד לתשלום הנוסע על חלקו במסלול בלבד). בכך, על אף ההוזלה לנוסע בעלות למרחק/זמן נתון לנסיעה לנהג קיים תמריץ להסיע יותר מנוסע אחד בנסיעה נתונה, אך חשיפה מינימלית להפסדים במקרה ומתבצע כישלון ה-Matching. ניצול יעיל יותר של זמן הנסיעה וכמות הנוסעים במודל המונית השיתופית עשוי להגדיל את התמורה לנהגים בעשרות אחוזים.

דוגמא



* ניתוח TASC על בסיס מחקר שפורסם באתר "the ride share guy" על נסיעות UberPool. טווח העמלות על הנוסע השולי הינו העמלה/רווח לאפליקציה מנסיעת הנוסע ה-2 או ה-3, ללא תלות בכמות הנוסעים הכוללת בנסיעה. עמלה ממוצעת מנוסע הינה ממוצע הרווחיות לנסיעה לאפליקציה על פי יכולת ה-Matching וכמות הנוסעים הכוללת בנסיעה. הרווח על הנוסע הראשון במצב של Matching הינו אפסי עד הפסדי, ובמצב של חוסר יכולת התאמה זוהו אחוזי רווחיות בודדים בלבד. הנסיעות של הנוסע השני ובשלישי לרוב קצרות יותר ולכן ממוצע העמלה השולית לכל נוסע גבוהה מהעמלה הממוצעת לנסיעה

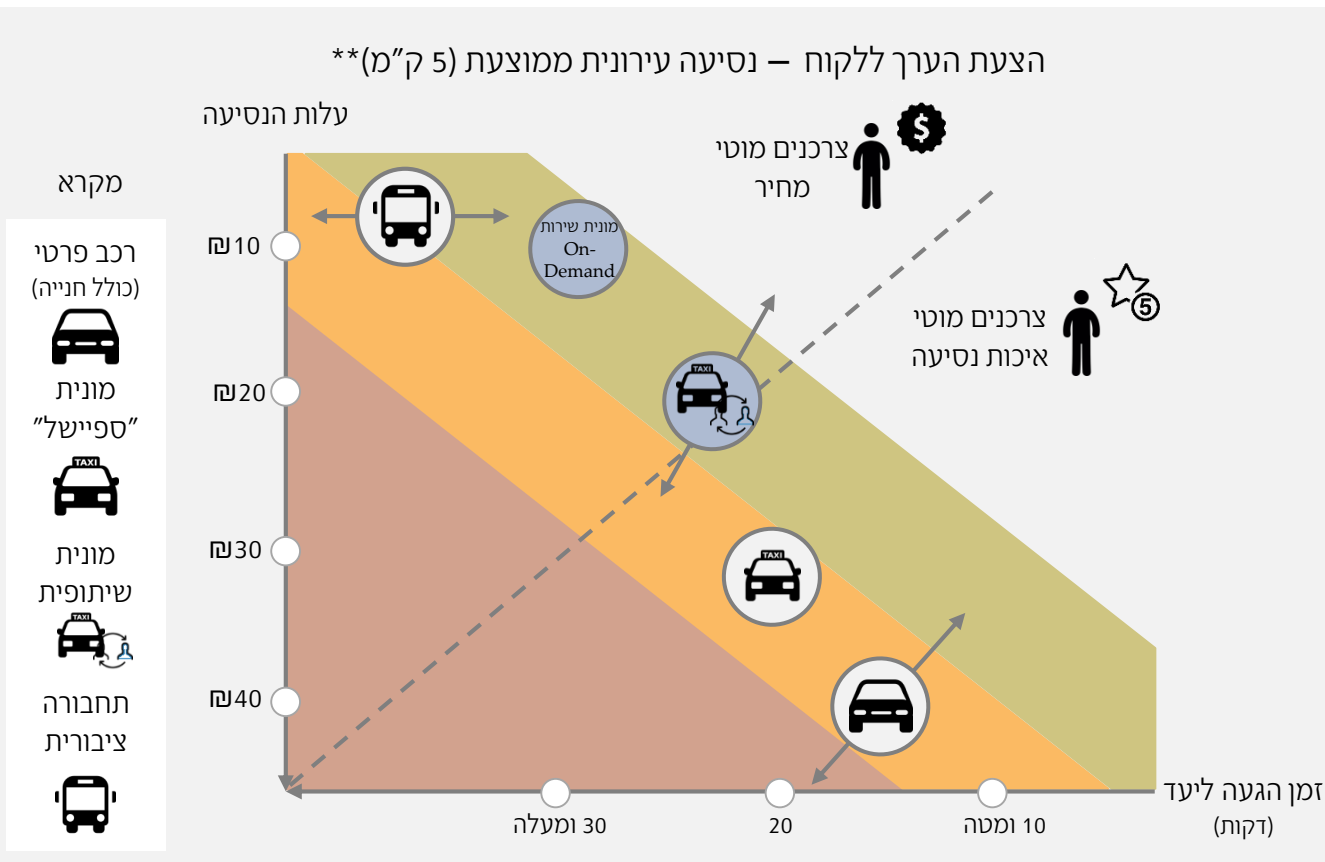
גם בישראל עשויה הצעת הערך של המונית השיתופית להוות אלטרנטיבה תחרותית לאפשרויות הנסיעה הקיימות

ניתן לסווג את צרכני התחבורה בישראל לשתי קבוצות עיקריות:

- (1) צרכנים מוטי מחיר- ההחלטה לגבי בחירת אלטרנטיבת ההגעה ליעד מושפעת בעיקר לפי עלות האלטרנטיבה
- (2) צרכנים מוטי "איכות" – ההחלטה לגבי בחירת אלטרנטיבת ההגעה ליעד מושפעת בעיקר מזמן ההגעה ליעד, ומשקללת גם את נגישות האלטרנטיבה וחויית הנסיעה

כיום, ניתן לסווג באופן כללי 3 אלטרנטיבות מרכזיות להגעה ליעד: רכב פרטי, נסיעה במונית ונסיעה בתחבורה ציבורית (אוטובוס/רכבת). התחבורה הציבורית כיום בישראל פונה לרוב לצרכנים מוטי מחיר, אשר מוכנים במרבית המקרים להתפשר על זמן ההגעה ליעד והנוחות במטרה להוזיל משמעותית את עלות הנסיעה. צרכנים מוטי איכות נסיעה וזמן הגעה יעדיפו פעמים רבות את הנסיעה ברכב הפרטי או לחילופין ישתמשו במונית ספיישל (בעיקר בנסיעות עירוניות). בנסיעה הבין-עירונית, יעדיפו צרכנים מוטי מחיר את הנסיעה בתחבורה הציבורית, ואילו צרכנים מוטי חווית נסיעה יעדיפו את רכבם הפרטי.*.

בניתוח האלטרנטיבות הקיימות עבור נסיעה עירונית טיפוסית של כ-5 ק"מ ניתן לראות את הפוטנציאל הטמון בצמיחת המונית השיתופית:



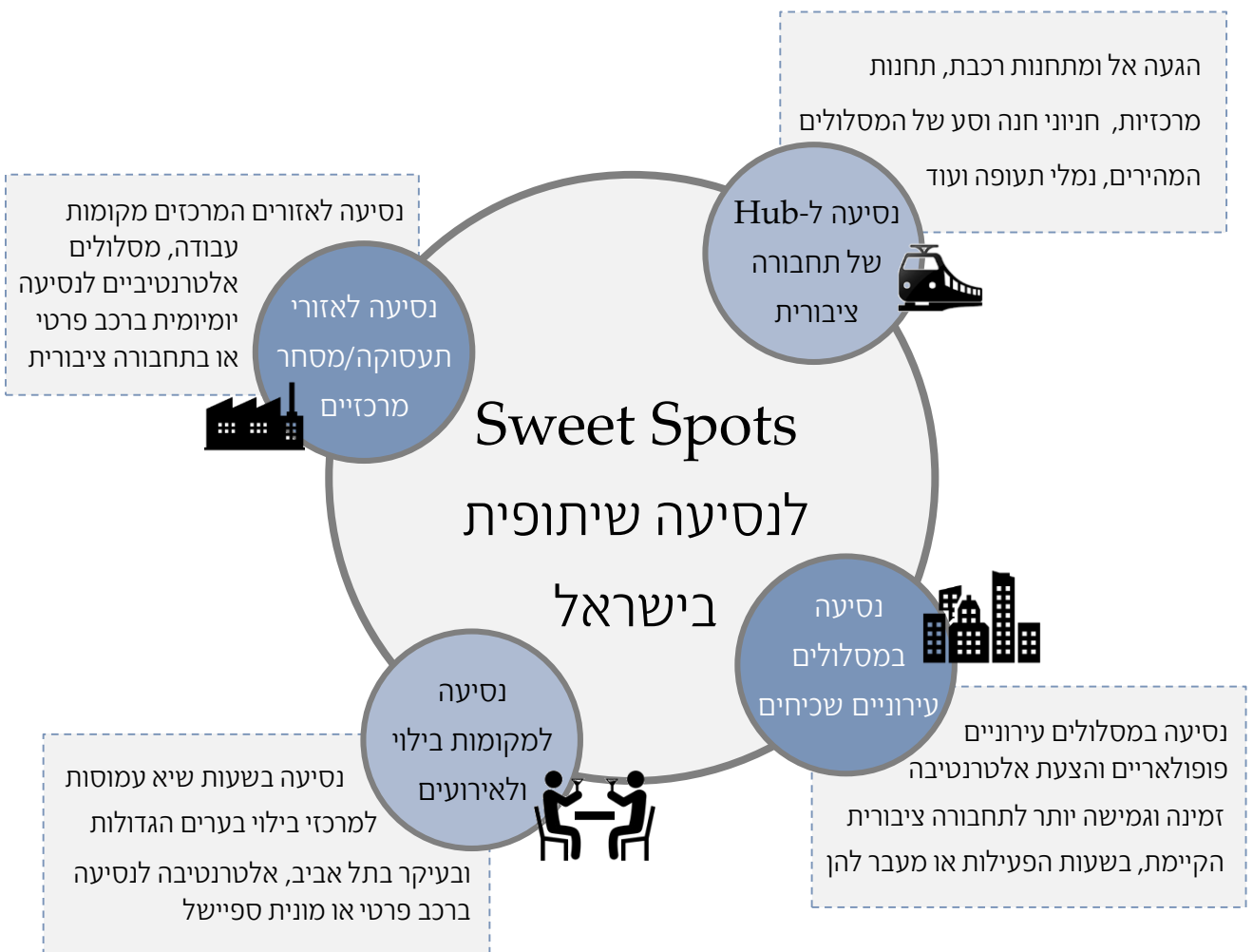
ניתן לראות כי המונית השיתופית עשויה לאפשר אלטרנטיבה המאזנת בין המחיר ואיכות הנסיעה. ברור כי במידת האפשר, יעדיפו צרכנים רבים הנוסעים כיום במוניות ספיישל לעבור לשירותי המונית השיתופית. בנוסף, עשויים שירותי המונית השיתופית להיות אטרקטיביים גם לנוסעי תחבורה ציבורית בעלי הטיה חלשה למחיר וגם לבעלי רכב פרטי במקרים מסוימים לאור אפשרות להוזלה משמעותית בעלות הנסיעה בתמורה לפגיעה מזערית באיכות הנסיעה וחיסכון בחיפוש חנייה.

* צרכנים מוטי איכות נסיעה עשויים להעדיף את הנסיעה בתחבורה ציבורית, כאשר אלטרנטיבה זו מקצרת את זמן ההגעה ליעד, לדוגמא נסיעה ברכבת כאלטרנטיבה לעמידה בפקקי תנועה או חיפוש חנייה ממושכים

** עלות הנסיעה ברכב פרטי מבוססת על ניתוח עלות רכב פרטי לק"מ, חשב מערכות מידע, אוקטובר 2016. עלות החנייה חושבה עבור 3 שעות חנייה, כ-15 ש' עבור חנייה ממוצעת בתעריף עירוני ועד 30 ש' עבור תשלום חנייה בחניון. עלות הנסיעה במונית ספיישל מבוססת על אומדן הזמן והמרחק הנדרש לנסיעה, והפעילות הנגזרות מכך. עלות הנסיעה במונית שיתופית חושבה כ-80% מעלות הנסיעה במונית ספיישל.

עם זאת, ברור כי יכולת החדירה של המונית השיתופית תלויה מהותית גם בנגישותה ובתדירותה לקהל הנוסעים. במידה מסוימת מדובר במקרה קלאסי של "ביצה ותרנגולת", כאשר קהל הנוסעים עתיד להשתמש בשירותי המונית השיתופית במידה ויתבססו כאלטרנטיבת נסיעה זמינה ושכיחה, בעוד שהצעת שירותי המונית השיתופית תלויים מהותית ביכולתן של אפליקציות המוניות לבצע Matching בין נוסעים במסלולים דומים, יכולת שבעיקרה תלויה בנפח ביקוש משמעותי לשירות במסלול נסיעה מוגדר. לאור החובה לייצע את הנוסע מראש במחיר הנסיעה ובמספר העצירות המקסימלי, עד להתבססות השירות ולחדירתו לקהל משתמשים רחב, הסיכון נמצא בידי ספק השירות אשר עלול לספוג הפסד.

לאור זאת, ככל הנראה שירות זה צפוי תחילה להתבסס במסלולי נסיעה פופולאריים הכוללים ברובם הגעה במונית של נוסעים אל/מיעד מרכזי. דוגמאות כאלה ניתן למצוא במרכזי תחבורה ציבורית, מרכזי תעשייה, מסחר ותעסוקה, מקומות בילוי ועוד. מסלולי נסיעה פופולאריים כגון רחובות מרכזיים בערים גדולות, המשמשים כיום לעיתים קוויים של מוניות שירות עשויים להוות יעד חדירה אטרקטיבי עבור שירותי המוניות השיתופיות.



בטווח הארוך, בהינתן כניסה של מודלים שיתופיים נוספים לשוק, כגון הרחבה של המותר בחוק להסעת נוסעים בתשלום ברכב הפרטי, ניתן להעריך כי הוזלת המחירים צפויה אף להגיע ל-50%-40% מהמחיר הקיים היום. עם זאת, בטווח הקצר, כניסת מודלים שיתופיים מוגבלים כפי שמוגדר כעת בחוק (איסור על שיתוף רכב, תקרת מחיר ושיעור הנחה של 20% לפחות) עשויים לאפשר להערכתנו חדירה מצומצמת יותר של הנסיעה השיתופית לשוק והוזלות במחירי המוניות של כ-20-30%.

ניתוח TASC מעריך כי בתרחישים שונים גודל שוק המוניות, המוערך כיום בכ-5.5 מיליארד ₪ בשנה*, צפוי לגדול בטווח של כ-300-600 מיליוני ₪ בשנה.

עם זאת, פיתוח התחבורה השיתופית בישראל מצריך התגברות על מספר חסמי היצע משמעותיים הקיימים כיום בשוק

ניצול ההזדמנויות בשוק התחבורה השיתופית כרוך בהתגברות על מספר חסמים מרכזיים:

שוק נסיעות ה"ספיישל" בישראל כיום כולל כ- 19,600 מוניות. השוק פועל תחת תכנון מרכזי; על מנת להפעיל מונית נדרשים רישיון הפעלה ("מספר ירוק"), רישיון נהיגה למונית ורכב המוגדר כמונית. כל אלה, ובייחוד הראשון שבהם (המהווה השקעה הונית ניכרת), מהווים חסמי כניסה משמעותיים לתחום.



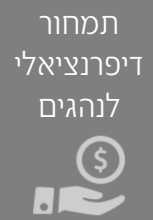
בנוסף להיצע המוגבל, קיימת כיום ניצולת לא אופטימאלית של המשאב הקיים:



- אי ניצול המונית בכל שעות היום
- אי הסכמה של חלק מנהגי המוניות לעבוד עם אפליקציות
- "כיבוי" האפליקציות בזמני עומס ואיסוף מהרחוב
- אי התאמה מלאה בין איזורי הביקוש לאיזורי הפעילות של הנהגים

ניתן ליישם מספר מנגנונים אשר יאפשרו התגברות על חסמי ההיצע הקיימים ויקדמו את התפתחות המונית השיתופית:

- מנגנון תמחור דינמי לנהג המבוסס על זמן ומרחק הנסיעה, ובכך מתמרץ איסוף של מספר נוסעים רב יותר בכל נסיעה והגדלת הרווח
- בזמני השיא, עם זאת, יכולת מתן התמריץ לנהג מוגבלת בגלל חוסר הדינאמיות של המחיר המפוקח לפי שעות העומס
- בכדי לבסס תמחור דיפרנציאלי שיגדיל את ההיצע ולאפשר תשלום תחרותי לנהג יופחתו שיעור ההוזלה לצרכן למינימלי האפשרי בחוק (20%) או הרווחיות של החברה הטכנולוגית



- שימוש ברכב הפרטי ובנהגים שאינם נהגי מונית מקצועיים בהכרח יאפשר את הגדלת ההיצע בשוק
- אישור שיתוף זה בעל פוטנציאל משמעותי להגדלת השוק, עם זאת דורש שינוי רגולטורי משמעותי שנתקל בהתנגדות מצד גורמים שונים כיום

שיתוף הרכב הפרטי



- השחקנים הטכנולוגיים (Technology providers) יכולים לרכוש/לשכור רישיונות מוניות ולהפעיל באופן עצמאי נהגים שכירים
- העסקה ישירה של נהגים על ידי החברה הטכנולוגית יכולה לסייע בניהול ציי המוניות ובהתאמת השירות המוצע לצרכנים ולביקוש

רכישה עצמאית של מספרי מוניות



אז מי צפוי להרוויח מהגידול הצפוי בשוק המוניות בעקבות כניסת התחבורה השיתופית?

<ul style="list-style-type: none"> האפליקציות צפויות להגדיל את נתח הכנסותיהם ככל שיצליחו לבצע Matching בין הנוסעים השיתופיים, ובנוסף צפוי גידול נתח השוק שלהם על חשבון השוק המסורתי (תחנות/נהגים עצמאיים) 	Technology Providers	<p>Potential Winners</p> 
<ul style="list-style-type: none"> פוטנציאל לשיתוף פעולה עם גורמים טכנולוגיים להתגברות על חסמי ההיצע הקיימים כיום בשוק המוניות בישראל 	מפעילי תחבורה ציבורית / חברות רכב	
<ul style="list-style-type: none"> ירידת מחירים במחירי הנסיעות הגדלת היצע אלטרנטיבות הנסיעה הקיימות רמת שירות וזמינות גבוהה יותר, בדגש על שעות העומס 	צרכנים	
<ul style="list-style-type: none"> בדומה למודל התמחור בחו"ל, המונית השיתופית עשויה לגלם פרמייה עבור נהגי מונית "חרוצים" שיעמדו ביעדי תפוקה מוגדרים 	נהגי המוניות	

<p>Potential Losers</p> 	<ul style="list-style-type: none"> חברות שלא ייכנסו לתחום התחבורה השיתופית עשויות לאבד מנתח השוק שלהן גם בנסיעות ה"ספיישל" 	Technology Providers
	<ul style="list-style-type: none"> פיחות נוסף בהצעת הערך לקהל הנוסעים אל להצעת הערך באפליקציות בנוסף, צפוי להתרחב הפער בין התועלת שפיקו נהגי המוניות בתחנות מסורתיות ביחס לתועלת בעבודה עם אפליקציות, לאור אי היכולת של התחנות המסורתיות לאפשר לנהגים להציע באופן שיטתי שירותי מונית שיתופית 	תחנות המוניות המסורתיות/ נהגי מונית עצמאיים
	<ul style="list-style-type: none"> בטווח הבינוני, קרוב לוודאי שלא נראה שינוי מהותי במחירי השכירות ובשווי הרישיון לאור הגידול בצפוי בהוצאת רישיונות חדשים ממשרד התחבורה בטווח הארוך, קיים סיכון לירידת שווי רישיון המונית במידה ויאושר בחוק מודל שיתוף הרכב הפרטי 	בעלי המוניות (טווח בינוני וארוך)



דניאל זינגר, שותף בכיר, ורטיקל תחבורה
Daniel.Zinger@tasc-consulting.com



פליקס ברגמן, Principal, ורטיקל תחבורה
Felix.Bregman@tasc-consulting.com



שיר שמחיוף, Business Analyst
Shir.Simchayoff@tasc-consulting.com