

SZAKDOLGOZAT

Városi közlekedők szokásai, a Mol Limo igénybevételének ösztönzése

Turza András

2024

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
Kereskedelem és Marketing Szak
Nappali munkarend
Marketingmenedzsment specializáció

VÁROSI KÖZLEKEDŐK SZOKÁSAI, A MOL LIMO
IGÉNYBEVÉTELÉNEK ÖSZTÖNZÉSE

Belső konzulens: Dr. Kopcsay László

Készítette: Turza András

Budapest, 2024

NYILATKOZAT

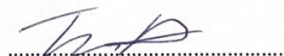
Alulírott Turza András büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2024 év⁰⁵..... hónap⁰⁶..... nap



hallgató aláírása

Tartalomjegyzék

1	BEVEZETÉS	7
2	KÖZLEKEDÉS LEHETŐSÉGEI HAZÁNKBAN	9
2.1	<i>Mi a közlekedés?</i>	9
2.2	<i>Budapesti közlekedés története, mai lehetőségei és környezeti hatása</i>	9
2.3	<i>Budapesti személygépkocsiközlekedés környezetre mért hatása</i>	10
3	AUTÓMEGOSZTÓSZOLGÁLTATÁS	13
3.1	<i>Szolgáltatás célja és működése</i>	13
3.2	<i>Az autómegosztó szolgáltatás pozitív hatása</i>	15
3.3	<i>Nemzetközi és hazai fogyasztói szokások, trendek</i>	16
3.3.1	<i>Világtrendek</i>	16
3.3.2	<i>Európai közlekedési szokások</i>	17
3.3.3	<i>Carsharing berendezkedés európai nagyvárosokban</i>	17
4	A MOL LIMO	19
4.1	<i>A Mol Limo bemutatása</i>	19
4.2	<i>Makrokörnyezet</i>	21
4.2.1	<i>Társadalmi környezet (Social)</i>	21
4.2.2	<i>Technológiai környezet (Technological)</i>	22
4.2.3	<i>Gazdasági környezet (Economic)</i>	23
4.2.4	<i>Természeti környezet (Enviroment)</i>	23
4.2.5	<i>Politikai és jogi környezet (Political)</i>	24
4.3	<i>Mol Limo versenytársainak bemutatása</i>	25
4.3.1	<i>GreenGo</i>	25
4.3.2	<i>Wigo</i>	27
4.4	<i>Árak összehasonlítása</i>	28
4.5	<i>Mikrokörnyezet</i>	29
4.5.1	<i>Gyengeségek (Weaknesses)</i>	29
4.5.2	<i>Erősségek (Streangths)</i>	30
4.5.3	<i>Lehetőségek (Opportunities)</i>	30
4.5.4	<i>Veszélyek (Threats)</i>	30
5	PRIMERKUTATÁS	32
5.1	<i>Kutatás módszertani terv</i>	32
5.2	<i>Kérdőív eredmények</i>	33
5.2.1	<i>Demográfiai összetétel</i>	33
5.2.2	<i>Carsharing ismertsége, használata</i>	35
5.2.3	<i>Fogyasztói motivációk</i>	38
5.2.4	<i>Felhasználói preferenciák</i>	44
6	ÖSSZEFOGLALÁS	51
6.1	<i>Következtetések</i>	51
6.2	<i>Javaslatok</i>	52
7	SZAKIRODALMI JEGYZÉK	54

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Mol Limo díjai havi előfizetés nélkül.....	20
2. táblázat: Népszámlálások eredményének alakulása az aktív korúak csoportján belül.....	22
3. táblázat: GreenGo díjai előfizetés nélküli.....	26
4. táblázat: Wigo díjai előfizetés nélkül.....	28

Ábrajegyzék

1. ábra: Szállítás/közlekedés Szén-dioxid-kibocsátása (ezer tonna)	11
2. ábra: Autómegosztó szolgáltatás első igénybevétele	14
4. ábra: Korosztályi megoszlás a primer kutatási kérdőív kitöltők között	34
5. ábra: A megkérdezettek jövedelmi eloszlása	34
6. ábra: A kitöltők első értesülésének forrása	35
7. ábra: A szolgáltatást igénybe vevők eloszlása korcsoportok szerint	36
8. ábra: Havi előfizetéssel rendelkezők aránya a kérdőív kitöltők között	37
9. ábra: Havi előfizetők korcsoport szerinti eloszlása	38
10. ábra: Carsharing Budapesten belüli használata	39
11. ábra: A carsharing-et kipróbálók közlekedési szokásai	40
12. ábra: A kitöltők carsharing használati céljai	41
13. ábra: Autómegosztó szolgáltatást rendszeres használók eloszlása az összes kitöltésszámban	42
14. ábra: A kitöltők hozzáállása a carsharing juttatáshoz	43
15. ábra: Cafeteria választása a carsharing-et kipróbálók csoportján belül	43
16. ábra: Vélemény a carsharing, mint juttatásról, azon kitöltők között, akik még nem próbálták szolgáltatást	44
17. ábra: Kérdőív kitöltők közlekedési preferenciái.....	45

18. ábra: Szolgáltatás árának fontossága a kitöltők számára	46
19. ábra: Szolgáltatás parkoló zónáinak fontossága a kitöltők számára	46
20. ábra: Szolgáltatás gépjárműveinek fontossága a kitöltők számára.....	47
21. ábra: Szolgáltatás egyszerűségének fontossága a kitöltők számára	47
22. ábra: Szolgáltatás gépjármű parkjának fontossága a kitöltők számára	48
23. ábra: A kitöltők maximális anyagi ráfordítása egy 30 perces carsharing útra	49
24. ábra: Szolgáltatás csatolásról alkotott vélemények.....	50

1 BEVEZETÉS

Napjainkban a fenntarthatóság egyre nagyobb szerepet kap. Kezdve az egyéni fogyasztás csökkentésétől, a fenntartható módon előállított mindennapi fogyasztási cikkeken át, az energiatermelés zöldátállásáig. Szakdolgozatom témájának kiválasztása során így próbáltam minél égetőbb kérdéskörben választani, hogy munkám eredménye releváns információkkal szolgáljon, illetve a tanulmányaimhoz is kapcsolódjon. Így esett a választásom a Mol Limo szolgáltatás igénybevételének ösztönzésére.

Úgy gondolom, hogy a covid korlátozás után 2022 második felétől kezdve már sok munkahely, szórakoztatóegység visszatért a 2020 előtti nyitvatartáshoz, üzemeléshez. Ez pedig a közlekedés újbóli élénkülését és a budapesti közutak zsúfoltságát eredményezhette. Tapasztalataim alapján a hétköznapi városi közlekedés környezeti lábnyomára nincs felhívva kellően a figyelem, így a lakosság az autós vagy egyéni közlekedés negatív hatásait sem ismeri. Annak ellenére sem, hogy még ma is a városi közlekedés során az emberek jelentős része inkább ezt a fajta közlekedésmódot preferálja.

A közösségi autómegosztó (carsharing) szolgáltatások olyan alternatívát kínálnak, mely az egyéni közlekedést biztosítja amellet, hogy a parkolóhelyek telítettségét és a nagyvárosok gépkocsiparkját csökkenti. A carsharing ideiglenes gépjármű kölcsönzést jelent, melyet más mobilitási eszköz kombinálásával a hétköznapiak során kiválóan lehet városi helyváltoztatásra használni. Az autómegosztó szolgáltatók többsége nagy mennyiségű elektromos autót is használ, mely ma már a fenntarthatóság egyik jelképe, zöldforrásokból származó energia esetén karbonlábnyoma is elhanyagolható. Emiatt úgy gondolom, hogy a carsharing már ma is egy jó alternatíva a budapesti fenntartható közlekedés előre mozdításában. Választásom azért esett a Mol Limo-ra, mert ez a cég rendelkezik az egyik legnagyobb autóparkkal, illetve talán neki van a legnagyobb erőforrása a változások kivitelezésére, legyen ez pénzügyi vagy másfajta forrás. Sok helyen lehet olvasni, hogy a carsharing akkor a leghatásosabb, ha a fogyasztó tömegközlekedéssel vagy más mobilitási eszközzel együtt használja a mindennapokban. A Mol Limo, azért is lehet jó példa, mert már egyéb cégcsoporton belüli mobilitási szolgáltatásukkal összekapcsolták az autómegosztást, így egy lépéssel a fogyasztók szélesebb körű kiszolgálása felé mozdultak.

Dolgozatom első felében szekunder kutatás segítségével ismertetem a témát. Ehhez nemzetközi- és magyar szakirodalmat vettem alapul. Kezdetben budapesti közúti közlekedés kialakulását, környezeti hatásait mutatom be. A szolgáltatás célja és városi környezetre mért hatása sem elhanyagolható a téma minőségi körül járása érdekében, így ezek sem maradhatnak

ki, a világtrendek, európai carsharing berendezkedés mellett. Végezetül a Mol Limo-t mutatom be, árait, flottáját, működését. A céget makrokörnyezetét jobban vizsgálva ágazati elemzést végzek el, hogy mélyebb betekintést nyújtsak a szolgáltatók lehetőségeiről, kihívásairól, amire STEEP-elemzés lesz segítségemre. Az ágazati bemutatás során a versenytársak ismertetése is megtörtént. Ezen túlmenően SWOT-elemzést készíték, hogy a vállalatot el lehessen helyezni az ágazaton belül.

A dolgozat második felében primer kutatásom eredményéről adok áttekintést. A kutatás kvantitatív vizsgálati módszerrel készítettem. A kérdőív során a szokásokat és a szolgáltatás igénybevételének hajlandóságát mértem fel, ezen felül demográfiai adatokat is, hogy a kitöltőkről teljes képet kapjak. A felmérés és konzekvenciák levonása végeztével javaslatot teszek a Mol Limo felhasználó számának növelésére törekedve.

2 KÖZLEKEDÉS LEHETŐSÉGEI HAZÁNKBAN

2.1 Mi a közlekedés?

Az utazás a kiinduláspont és az úticél közötti fizikai változást jelenti. A mobilitás a helyváltoztatás tágabb perspektívája, mely tartalmazza a helyváltoztatási igényt és az úticél eléréséhez szükséges utazások összességét. A közlekedés, -melyet a mindennapokban is használunk a helyváltoztatás leírására-, a tömegek által elérhető rendszerezett környezeti és műszaki eszközök összessége (Jászberényi-Munkácsy, 2018).

A közlekedési infrastruktúra a települések, városok, régiók olyan eszköztárát írja le, mint a pálya, tehát például a közút, a műtárgyak (pl.: híd), kiegészítő létesítmények (pl.: autóbussz-megálló), műszaki berendezések (pl.: forgalmi táblák). A közlekedési infrastruktúra fejlesztéséért Budapesten, a Fővárosi Önkormányzat, Magyarország kormánya és az Európai Unió felelős.

Ahogy előbb említettem a mobilitás a személyek helyváltoztatási igényét és a kívánt cél eléréséhez szükséges utazásokat tartalmazza. Ebben a megfelelő mobilitási eszköz kiválasztását érintő döntés is beletartozik. Ezek az eszközök a megszokottak lehetnek: autó, tömegközlekedés, bicikli, de az autómegosztó szolgáltatás is ide tartozik. Az egyén a városi közlekedés során több alternatívát is használhat utazása során. A tömegközlekedés és az individuális közlekedés (pl.: autózás) kombinálásával egyes esetekben a legjobb utazni. De az egyén saját szokásai, preferenciái szerint alakíthatja közlekedését, melyet a több éves tapasztalat alakított ki.

2.2 Budapesti közlekedés története, mai lehetőségei és környezeti hatása

A városokban való járművel való közlekedés, főleg a tömegközlekedés régi múltra tekint vissza. Az embereknek mindig is a kényelem, illetve gyorsaság volt a prioritás, ha közlekedésről volt szó, de ezt sokszor nem tudták megengedni vagy a környezeti adottságok nem tették lehetővé. A tömegközlekedés erre volt egy jó alternatíva, mely már az 1890-es évek végétől elérhető volt Budapesten. Először a kisérdalatti és villamos volt a nagyközönség számára is elérhető, illetve megfizethető motoros közlekedési eszköz fővárosunkban. Majd a 20. század elején a buszok is megjelentek, mint kötetlen pályás utasszállító eszközök. Az autóbusszal párhuzamosan megjelentek a taxitársaságok is, melyek a tehetősebb embereknek nyújtottak, privátabb,

kényelmesebb utazási alternatívát. Nyilvánvaló, hogy a villamos és busz a nagy tömegeknek, az átlag polgároknak nyújtott lehetőséget, míg a taxi a polgári réteg felső részének. Az már az előző évszázad elején is kikristályosodott, hogy a városi közlekedést, főleg a fővárosban nem lehet megoldani néhány közlekedési formával. Így Budapest vezetése megalapította a BKV-t 1968-ban, mely összefogta és rendszerezte a várost átszelő, menetrend szerint járó jármű formákat. Nagy mennyiségű ember befogadására alkalmas közlekedési forma, a metró csak a hetvenes években kezdte meg a működését, mely a város két vége között ingázóknak nyújtott sűrű és kiszámítható menetrendet (BKV.hu, 2024).

A ma is ismert négy fő városi közlekedési formát, a villamost, buszt, metró, taxit, plusz vonatot, trolibuszt már minimum 50 éve ismeri, illetve használja Budapest. A 21. században azonban ezeket a mindennapi közlekedési eszközöket az olyan, pár éves vagy évtizedes találmányok is kiegészítik, mint az elektromos roller, a carsharing vagy épp a motorkerékpár- és bicikli megosztó szolgáltatások.

A fentebb említettek, illetve ismereteink alapján 10 féle, olyan városi közlekedési eszközt tudunk felsorolni, amelyek a budapesti lakosok számára 2024-ban könnyen hozzáférhetőek a mindennapi közlekedés során (BKK.hu, 2024)

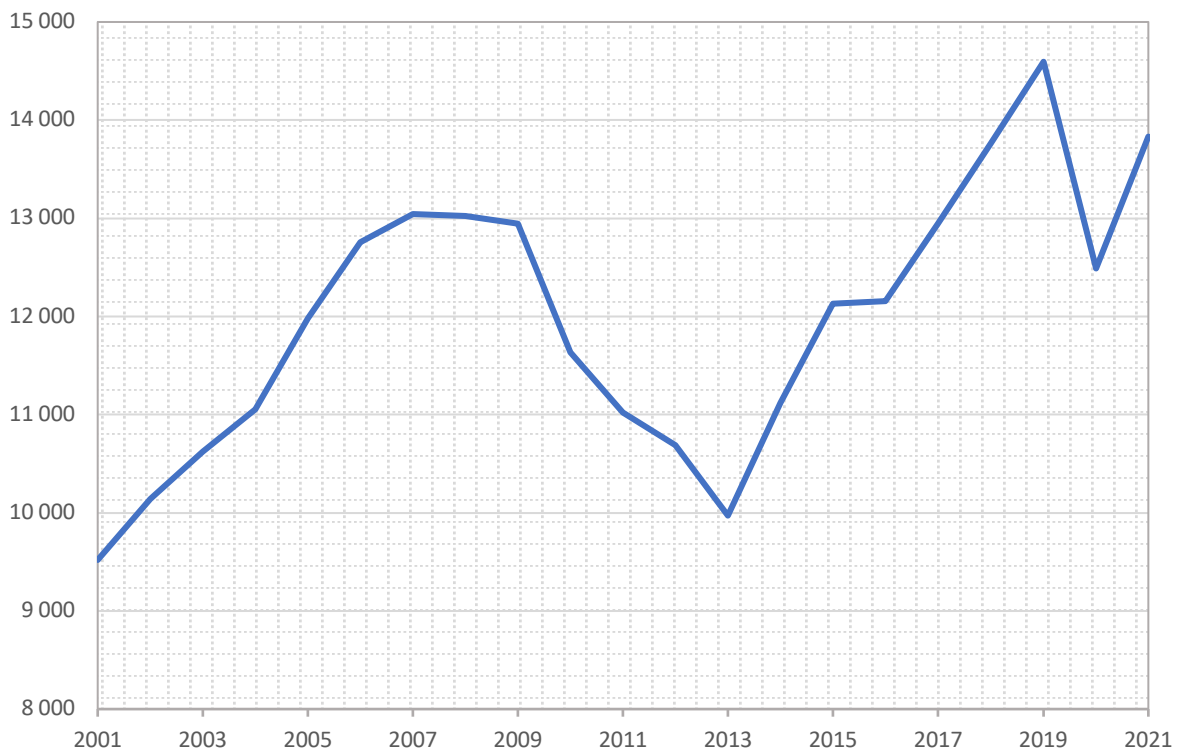
- Gyaloglás
- Bicikli (saját/bérelt)
- Busz
- Trolibusz
- Villamos
- Metró
- Elektromos roller (saját/bérelt)
- Gépjármű (saját/bérelt)
- Vonat
- Hév

2.3 Budapesti személygépkocsiközlekedés környezetre mért hatása

A közúti közlekedés környezeti lábnyoma miatt jelentős tényező. A károsanyagkibocsátáson és így a légszennyezésen felül a városok képét is befolyásolja. Gondoljunk csak a városokat elkerülő körgyűrűkre vagy épp a városok szívében elhelyezkedő gyorsforgalmi utakra. Ezek

egy város arcát jelentősen formálják, terjeszkedését akár még limitálhatják is. Ennek természetesen az ellentété is létezik, amikor a nagy városok belvárosi, autóforgalom számára fenntartott részeket sétáló utcákká alakítják, amelyek biciklivel vagy rollerrel továbbra is használhatók.

Ahogy már említettem a közlekedés természetére mért hatása jelentős. Magyarországon a szállítás/közlekedés a szén-dioxid (CO₂) kibocsátás 28,5%-ért felel (KSH, 2021), mely az üvegházhatást nagy mértékben erősíti. Ezek mellett általánosságban az is elmondható, hogy a városi közlekedés a CO₂-kibocsátás mintegy negyedét adja (Fehér Könyv, 2011). Továbbá a nitrogén-dioxid-kibocsátás (NO₂) is a közúti közlekedés egyik nagy mértékű mellékhatása, mely az összes európai fővárosban a WHO által javasolt éves átlagszint (10 µg/m³) felett van. Habár az NO₂-kibocsátás évről-évre csökken, kontinensünk nagyvárosaiban és Budapesten is, nagyobb mértékben javasolt fellépni ellene (CREA,2023).



1. ábra: Szállítás/közlekedés Szén-dioxid-kibocsátása (ezer tonna)
Forrás: Saját szerkesztés KSH alapján

Budapest lakossága 1 735 711 millió fő (KSH, 2024), ehhez 712 555 darab (KSH, 2024) személygépkocsi társul. Ebből az derül ki, hogy a budapesti lakosok 40%-nak van autója. Az Inrix elemzőcég felmérése szerint a fővárosi autósok 2022-ben átlagosan 86 órát ültek dugóban. Ez alatt az idő alatt feltehetően az autók túlnyomó részében járt a motor, mely további környezet károsító hatást jelent (Inrix, 2023). Továbbá érdemes megjegyezni, hogy ez olyan év amikor a

covid vírus utáni korlátozásokat feloldották, így az irodák nagyrészét újra sűrűbben látogatták az emberek.

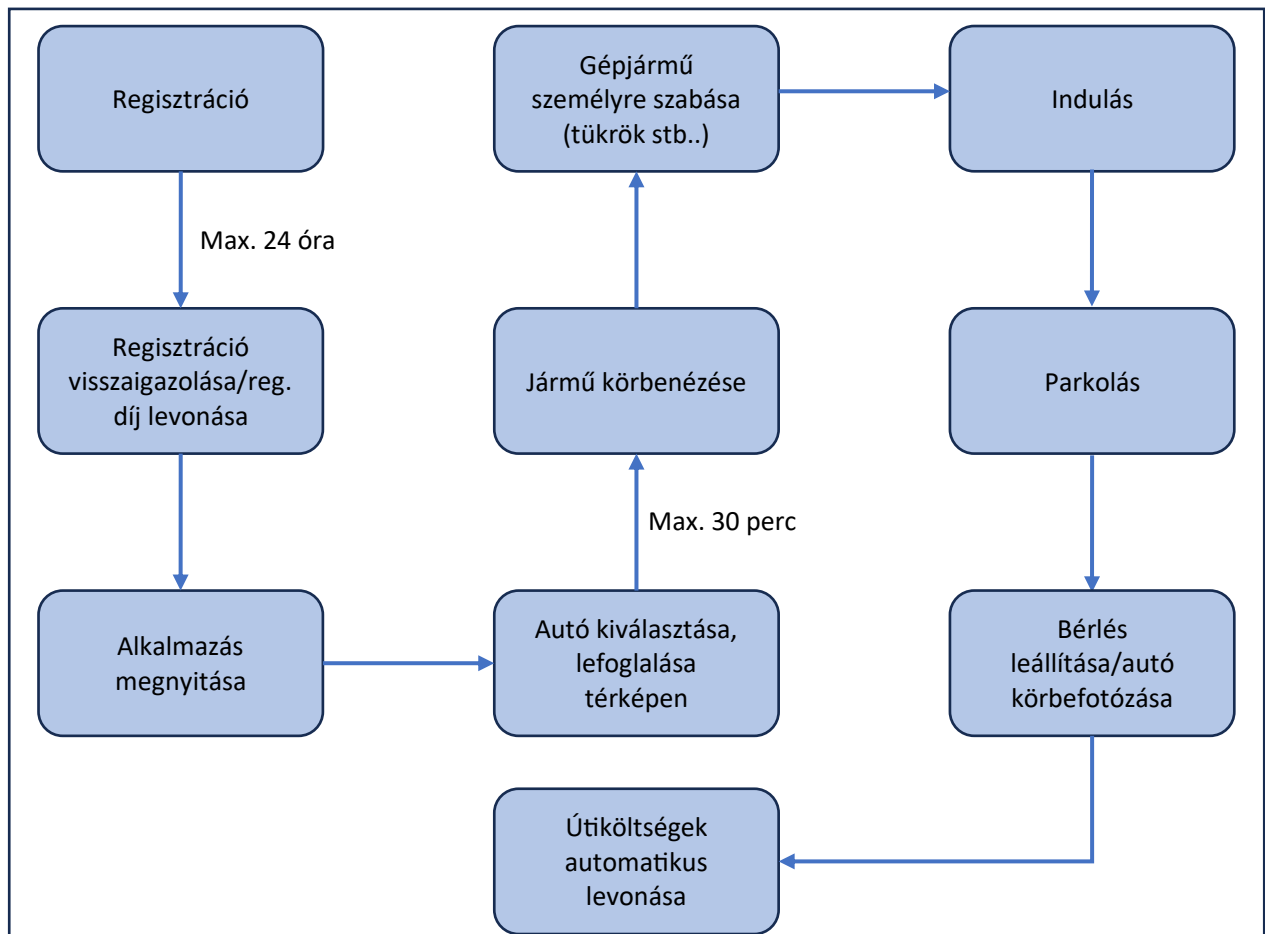
3 AUTÓMEGOSZTÓSZOLGÁLTATÁS

3.1 Szolgáltatás célja és működése

A carsharing célja a rövid távú közlekedés előre mozdítása, és a károsanyag-kibocsátás csökkentése. A szolgáltatással az emberek saját tulajdonú autóikat tudják kiváltani, továbbá újabbat, akár elektromos autókat használni, ezzel is csökkentve szén-dioxid kibocsátást. Az autómegosztással a parkolóhelyek is csökkenhetnek, ha a városlakók egyre jobban használják a carsharing-et, akár a tömegközlekedéssel kombinálva, akár magában. Nem mellesleg könnyebben juthatnak autóhoz, ami az egyéni közlekedési vágyaik kielégítéséhez vezethet. Így a szolgáltatás a mobilitási képességét tudja növelni egy adott városnak, a megosztás alapú társadalom berendezkedésével (Carsharing Association, 2024).

A felhasználók telefonos applikáció letöltése után regisztrálhatnak (általában regisztrációs díj ellenében), amihez a személyazonosító kártyájuk, bankkártyájuk és a jogosítványuk szükséges. A pár perces regisztráció után a vállalat ellenőrzi a megadott adatokat, ez lehet pár óra vagy akár egy munkanap is. Az ellenőrzés után, ha minden rendben volt a regisztrációs díj levonásra kerül, hogy a cégek megbizonyosodjanak a bankkártya használhatóságáról, ezt az összeget később a felhasználók leutazhatják. Ezt követően a fogyasztók bátran kiválaszthatják az applikáción belül az autókat és elkezdhetik a bérlésüket. Az autók kiválasztását a szolgáltatók térkép segítségével biztosítják, így az ügyfelek látják a jelenlegi pozíciójukhoz legközelebbi gépjárműveket, továbbá a parkolási zónákat is, ahol az igénybevétel után lerakhatják az autót. Ekkor lehetőség van a gépjármű lefoglalására is, hogy a közlekedés kiszámíthatóbb legyen. A foglalás időtartama a Mol Limo estében például 25 perc, a foglalás időtartama alatt senki más nem viheti el az autót a foglalón kívül. A térkép mutatja az autók típusát és töltöttségét is. A kiválasztáskor ez egy fontos információ, mivel a különböző típusú autókért különböző perc/kilométer díjat kell fizetni. A perc/kilométer díjon túl alapdíjat is kell fizetni a fogyasztóknak, minden egyes autóhasználatkor, amely szintén változhat járműveként, de általánosságban elmondható, hogy ez pár százforintos tétel. Hosszabb idejű bérléskor órás vagy napi díjat kell fizetni, továbbá kilométer díjat is, amely minden cégnél más és más, a különböző idejű igénybevételt külön szintén ki lehet választani az applikáción belül, ahol már az árazás is látszik. Miután a felhasználó végzett útjával és leparkolta az autót a kijelölt városrészek bármelyikében, a bérlést le kell állítani az applikációban. Ezután a szolgáltató levonja

automatikusan a bérlet összegét a megadott bankkártyáról, rövid felhasználás esetén a perc/kilométer és alapdíjat. Az első igénybevételt és az előbb leírtakat a 2. ábra szemlélteti.



2. ábra: Autómegosztó szolgáltatás első igénybevétele
 Forrás: Saját szerkesztés

A bérlet megkezdése előtt és után is érdemes körbe fotózni az autót, az esetleges károkat az applikációban bejelenteni, amire általában a cégek is felhívják a figyelmet. A fényképekkel a felhasználó tudja bizonyítani, hogy a kárt a járműben nem ő okozta, ha esetleg a szolgáltató szamon kérné. A carsharing autókön van biztosítás, de ha a felhasználó hibájából keletkezik kár, önrész megfizetésére a vállalat kötelezheti a fogyasztót. Az ilyenkor fizetendő összeg nagysága a javítás és a károsodás mértékétől függ.

Az autók minél magas töltöttsége érdekében a vállalatok levezethető percekkel vagy erre beváltható pontokkal honorálják azokat a felhasználókat, akik egy bizonyos alacsony szint alatt megtankolják vagy feltöltik a gépjárműveket. A tankolási vagy töltési folyamatot mindegyik vállalat az applikációban leírja. Az azonban elmondható, hogy a kijelölt kutakon/töltőoszlopokon történő tankolás nem különbözik a mindennapi privát autóknál megszokott procedúrától.

Az iparági szereplők felhasználás ösztönző lépéseket is tesznek a fogyasztók motivációjának fenntartása érdekében. Ilyen lépés az, amikor a szolgáltatók egyes gépjárműveket bérleti díját ár akciózzák, amit az applikáción belül, a térképen, a jármű ikonja felett százalékkal tüntetnek fel. A szolgáltatók a mérföldkövekhez is különféle promóciót csatolnak, így carsharing cég születésnapján kedvezményes árak vannak, de vannak nemzeti ünnepeknél is, pl. húsvét hétfői kedvezményeket lehet látni.

Továbbá a magyar szolgáltatók nemcsak magánszemélyeknek biztosítanak előfizetést, vállalatoknak is lehetőségük van autókat bérelni vagy cafeteria-ként biztosítani munkavállalóiknak. A vállalati csomagok céges autók kiváltására is lehet alkalmas, rövid városi közlekedés során.

Érdekes lehet még tudni, hogy a külföldi és magyar autómegosztó iparágban a legnagyobb népszerűségnek a 25-35 éves korosztályban örvend a szolgáltatási forma. A fiatalabb generációk ugyanis sokkal nagyobb nyitottságot mutatnak a fenntarthatóságra és így a megosztásra, illetve az úttörő, új elektronikus megoldásokra (portfolio.hu, 2023). Bérleti célok tekintetében, a városi, rövid idejű felhasználások a legnépszerűbbek, mind három magyar cég esetében, de tavasz közepétől őszi közepéig tartó szezonban a több napos igénybevételek is jelentősen megugranak (Index, 2023)

3.2 Az autómegosztó szolgáltatás pozitív hatása

A 21. század egyik vezető szemlélete a környezetbarát gondolkodás. Ez városok fejlődésében is tetten érhető, gondoljunk csak a Városliget átépítésére, amikor a liget melletti parkoló egy részét sétáló, parkos rész vette át. De a Lánchíd felújítását követően a személygépjárműforgalom hídon történő áthaladása is be lett tiltva, mely az autóforgalom visszaszorítását hivatott korlátozni (BMT, 2019). A környezetbarát fejlődés nagyban a városok parkosításában és növények ültetésében érhető tetten. Azonban a parkok létrejöttéhez valahonnan el kell venni a -általában- beton területet, ez pedig sokszor az autóparkolók végét jelenti. Továbbá a légszennyezés/károsanyagkibocsátás is megszokott téma szokott lenni a környezetbarát gondolkodásban, fejlődésben. Az előbb említett városi fejlődésre és gondolkodásra lehet egy jó alternatíva az autómegosztó szolgáltatás. Carsharing témában több jelentős esettanulmány készült, melyek a szolgáltatás városi környezetre tett pozitív hatására vizsgálódnak rá.

Az egyik tanulmányt a Car2Go és az itthon is ismert ShareNow felhasználók között készítették 11 nagy európai városban. A felmérésben több, mint 12 ezer fogyasztó vett részt, az

eredményből pedig az látszik, hogy a vizsgált városokban 3,6- és 16% között volt az arány a szolgáltatás használata utáni autóeladás kérdéskörben. Ez átlagosan ebben a 11 városban azt jelenti, hogy egy carsharing autó 3,6 autót tud kiváltani (Schulte-Voß,2015), mely nem csak a gépjárműpark csökkenését segíti elő, de a zsúfolt parkolók utáni kereslet csökkenést is. Továbbá kevesebb autóból származik széndioxid-kibocsátás is, mely a légszennyezést is csökkenti.

Mindezek mellett a Jövő Mobilitása Szövetség szerint a GreenGo felhasználók csak 2022-ben 1300 tonna károsanyag-kibocsátást kerültek el a szolgáltatás használatával. Ezt nagyban a 100%-ban elektromosautókból álló flotta segítette elő. Felmérések eredményéből az is látszik, hogy a privát autók 96-98%-ban kihasználatlanul a közterületeken állnak és amikor használatban is vannak, akkor is sok idő parkolóhely vadászattal megy el. Számítások szerint egy carsharing autó akár 6-12 magán és vagy üzleti célú autót tud kiváltani, továbbá 120 négyzetméternyi parkolóhelyet felszabadítani (jovomobilitasa.hu, 2023).

3.3 Nemzetközi és hazai fogyasztói szokások, trendek

3.3.1 Világtrendek

Trendek vizsgálatakor a világot érintő többféle átformálódást lehet észrevenni, amit a trend hatásától, nagyságtól függően meg lehet különböztetni. A megatrendeknél a kulturális, társadalmi életet érintő irányvonalat értjük (Törőcsik, 2011). Napjainkban megatrendnek mondható az urbanizáció, várhatóan a globális populáció nagyjából kétharmada 2050-re városokban fog élni. Ez nem csak a lakóépületek kibővítését, a városok terjeszkedését fogja előidézni, de az infrastruktúra, így az utak, hidak, buszok, metrók és áramhálózatok fejlődését, újabb beruházását fogja maga után vonni. Ezenfelül az energia hatékonyabb kihasználása és a zöldtermelőkre való nagyobb támaszkodás is az országok, kontinensek céljai között vannak (Peter Fisk, 2024). Az elmúlt években támogatások formájában a zöldátmenet minél gyorsabb előmozdítását lehetett látni (pl. elektromosautó támogatás, napelem telepítési támogatás), hogy a bolygónk évtizedeken belül a legkevesebb károsanyagot bocsássa ki (European Commission, 2024). A megatrendek közé sorolható a rohamos digitalizáció is. 2017-ben még csak 17 milliárd internetkapcsolattal rendelkező berendezést volt regisztrálva, azóta azonban meredek emelkedés ment végbe, várakozások szerint ez a szám elérheti 125 milliárdot az évtized végére (Peter Fisk, 2024). Mindezekből az látszik, hogy az eddigi energiaforrások, városok jelentős változásokon mennek majd keresztül, mely az emberek eddig megszokott mindennapi szokásait is nagyban érintheti.

3.3.2 Európai közlekedési szokások

A mindennapos ingázás a lakosság életében jelentős szeletet vesz ki. A kontinensen a foglalkoztatottak csoportjának kicsivel több, mint 60%-a utazik átlagosan 30 percnél kevesebbet otthonából a munkahelyére, míg nagyjából negyedük 30-59 perc között, és kevesebb, mint 10%-ük egy óránál többet. Ezeket és a következő az értékeket egy irányban kell érteni, így a napi átlagos összes utazások mennyisége az előbb említett értékek duplájára tehető. Litvániában utaznak a legtöbbet munkahelyükre az emberek, átlagosan 33 percet, majd Magyarországon és Luxemburgban, ezekben az országokban átlagosan 29 percet. Európa többségében, összesen 17 országban átlagosan 24 és 28 perc között van a megtett út hossza (Eurostat, 2020).

Európa mobilitása még ma is nagyban az előző évszázad nagy vívmányán, a személygépjárművön alapszik. A kontinens lakosságának nagyjából fele használ mindennap privát autót, míg 16%-a tömegközlekedést, és 12%-a biciklit. Egyes tanulmányok rávilágítanak arra is, hogy a minél nagyobb iskolázottság és a lakhely-munkahely közti távolság növekedés korrelál, ahogy a fizetés növekedése is a távolabbi munkahelyekkel (Nadal-Molina-Velilla, 2021).

Mindemellett az utóbbi évtizedben azt lehetett látni, hogy több nagy európai országban is nőtt a napi közlekedéssel eltöltött idő. Így a skandináv országokban, Olaszországban, Írországban, Franciaországban, Belgiumban és Hollandiában többet töltenek az emberek ingázással, mint az évtized elején. Ennek a trendnek az ellenkezője is létezik, ugyanis Ausztriában, Németországban, Görögországban és Portugáliában ugyanebben az időszakban csökkent az ingázással eltöltött percek száma (Nadal-Molina-Velilla, 2021).

3.3.3 Carsharing berendezkedés európai nagyvárosokban

A kontinens más városaiban a carsharing már előbb lábat vetett, mint Budapesten, emiatt kicsit másképp is működnek, mint hazánkban. A pár éves előnnyel különböző megoldásokra jutottak a közlekedésszervezők.

Berlinben például a helyi tömegközlekedési szolgáltató, a Jelbi applikációjában összegyűjti a város összes közlekedési formáját, így a tömegközlekedést, taxit, bérelhető robogókat, bicikliket és természetesen a carsharing autókat is. Az applikáción belül lehet ezeket többnyire lefoglalni, bérelni, emiatt az emberek az útjaikat, úgy tudják megtervezni, hogy a lehető legkényelmesebb legyen számukra és ne kelljen több alkalmazás párhuzamosan használni. Amint említettem nem mindegyik eszközt lehet a Jelbi applikációján lefoglalni, az ilyen járműveket a Jelbi állomásokon személyesen a telefon segítségével lehet bérelni és a város más

állomásain lerakni. Ezek az állomások túlnyomó részben nagy metróállomások, csomópontok mellett vannak és a rollerek, robogók, biciklik, carsharing autók/furgonok mellett taxit is lehet a pontokra hívni (jelbi.de, 2024).

Bécsben is a hasonló a rendszer, a szomszédos országban a WienMobil applikáció gyűjti össze a közlekedési formákat, és a felhasználó kedve, pénztárcája és környezettudatossága szerint tud közlekedési eszközt választani, majd fizetni (wienerlinien.at, 2024). Közlekedési pontokat a város nem biztosít.

Vannak azonban olyan városok is, mint a németországi Rheinbahn, ahol az autómegosztó alkalmazáson keresztül lehet megtalálni a tömegközlekedési eszközöket (telex.hu, 2023). Itt az integráció nem olyan magasfokú, de ez is már egy lépés a közös platform felé.

Fontos megemlíteni, hogy Németország rendelkezik egy törvénnyel, amelyet 2017-ben léptettek életbe a carsharing támogatása érdekében. A „Car-sharing törvény” -nek is emlegetett szabályozás lehetővé teszi a német önkormányzatok számára, hogy a közösségi parkolóhelyeken kialakítsanak kizárólag az autómegosztásra használható parkolókat, továbbá a kedvezményes vagy ingyenes parkolási díjat tegyenek lehetővé a szolgáltató cégek felé (fleeteruope.com, 2017).

4 A MOL LIMO

4.1 A Mol Limo bemutatása

A Mol Limo a Mol cégcsoport tagjaként jött létre 2018-ban, kezdetben 300 autót számláló flottája 60 négyzetkilométert fedett le (a bérlés elindítására és leállítására vonatkozó zónákra kell érteni) (Fresh Magazin, 2018). 2023-ra közel 500 gépjárművel rendelkezett a vállalat, zónái pedig 110 négyzetkilométert fedtek le (Index.hu, 2023).

Jelenleg az egyik legszínesebb kínálattal rendelkezik a vállalat, a felhasználók 11 féle autótípusból választhatnak, ezen belül dízel, benzines, hibrid és elektromosautók közül. A flotta darabjai a középosztályos személyautókon át a luxus kategóriáig sorakoznak fel, de dobozos kis furgon bérlése is biztosítva van.

A magánszemélyek mellett üzleti célú felhasználást is biztosít a cég, így a vállalatok számlára bérelhetnek autót vagy cafeteria-ként, adó- és járulégmentesen adhatnak levezethető perceket munkavállalóiknak.

A fogyasztók három különböző díjcsomag közül választhatnak, az Alkalmi csomagban az órás- és kilométer díjak a legdrágábbak, ellenben nem kell havi díjat fizetni érte. A Havidíjas csomagban 1490 Ft-ot kell fizetni havonta, hogy a felhasználók 20% kedvezményt kapjanak az idő- és távolsági díjakra. Míg a Leutazható csomag 7990 Ft-ba kerül havonta, amit a feltöltőkártyás mobilelőfizetések mintájára leutazhatnak a vásárlók. Ebben a csomagban 30%-kal olcsóbban juthatnak hozzá a regisztrált felhasználók az autókhoz, mint az Alkalmi csomagban.

A Mol Limo árazását tekintve eltérően más a többi szolgáltatótól. A rövid távú bérlésért nem percdíjat kell fizetni, hanem kilométer díjat, ami autónként, autócsoportonként más és más. Az alapdíjak szabása is másabb, míg a Wigo és GreenGo azonos alapdíjat, más néven beszállási díjat határozott meg, addig a Limo autócsoportonként különbözött. Továbbá a reptéri utazásokért a budapesti vállalatok irányától függően különdíjat számolnak fel, a Mol Limo reptérről városba történő bérlés során nem számol fel pluszban költséget, ami még inkább megkülönbözteti a többi szolgáltatótól. A részletes árakat az 1. táblázat mutatja.

A vállalat úgynevezett LIMO FIX szolgáltatást is nyújt, amelynek lényege, hogy minimum egy napra ki lehet kibeélni Tesla Model 3-at vagy Opel Astra-t. A bérlés indítása és leállítása egy adott állomáson történik, ahol a használat után az autót feltöltése/megtankolása kötelező egy

bizonyos szint fölé. A normál bérlettel ellentétben a parkolásokért fizetni kell, azonban országos autópálya matricát és ingyenes tankolást biztosít a cég.

	Dacia Spring	Fiat 500 Hybrid, Volkswagen Up, Kia Picanto	Toyota Yaris Cross hybrid, Suzuki Vitara Hybrid, Toyota Yaris Hybrid, Opel Astra	Mercedes-Benz A-Class, Opel Combo Cargo
Alapdíj	200 Ft	300 Ft	400 Ft	500 Ft
61 perc alatti díj	200 Ft/km	240 Ft/km	330 Ft/km	430 Ft/km
2 óra	2 488 Ft	3 738 Ft	5 613 Ft	8 133 Ft
+Kilométer díj	120 Ft	120 Ft	120 Ft	120 Ft
3 óra	3 613 Ft	4 988 Ft	7 488 Ft	10 863 Ft
+Kilométer díj	120 Ft	120 Ft	120 Ft	120 Ft
4 óra	4 363 Ft	6 238 Ft	9 488 Ft	13 738 Ft
+Kilométer díj	120 Ft	120 Ft	120 Ft	120 Ft
5 óra	4 738 Ft	7 488 Ft	11 238 Ft	16 238 Ft
+Kilométer díj	120 Ft	120 Ft	120 Ft	120 Ft
1 Nap 50 km-t tartalmaz	9 938 Ft	12 438 Ft	17 488 Ft	22 438 Ft
2 Nap 100 km-t tartalmaz	19 876 Ft	24 876 Ft	34 976 Ft	44 876 Ft
3 Nap 150 km-t tartalmaz	24 845 Ft	31 095 Ft	43 720 Ft	56 095 Ft
Kilométer díj az ingyenes km-eken felül napi bérlet esetén	120 Ft / km			
Reptérre/reptérről (fix ár)	1990 Ft / 0 Ft			
Regisztrációs díj	2 490 Ft			
Külső zónákban a lerakási díj	490 Ft-tól			

1. táblázat: Mol Limo díjai havi előfizetés nélkül
 Forrás: Saját szerkesztés a Mol Limo weboldal alapján

A Mol Limo az autók igénybevételét szolgáltatás kapcsolással ösztönzi. Havidíjas előfizetők a 20%-os díjkedvezmény mellett ingyenes Mol Bubi bérletet is kapnak, hogy az autózás mellett a városban biciklivel is könnyedén közlekedhessenek, mobilitásukat diverzifikálhassák. Cégcsoporton belül a Mol Move applikációval is össze lehet kötni a Limo profilt, így az autóbérlés után a Move applikációban is lehet gyűjteni a pontot, tankolási vagy egyéb kedvezmények, kuponok érdekében. A felhasználók minden elköltött 100 Ft után 1 pontot kapnak Move profiljukra, elektromos autó esetén ez duplázódik, ráadásul a havidíjas előfizetők minden hónapban 50 Move pontot kapnak.

4.2 Makrokörnyezet

A vállalatok életében a trendek, piaci változások és maga a Világ formálódásának követése elengedhetetlen a piaci részesedés és a minél jobb fogyasztói elégedettség megőrzése érdekében. A szervezetek többféle nyomonkövetési rendszert, elemzést készíthetnek stratégiájuk kialakításához, időközbeni módosításához. Ezek az analízisek lehetnek, egy cég szélesebb környezetét, továbbá közvetlen környezetét vizsgáló tanulmányok is. Úgy gondolom, hogy a témám, a Mol Limo jobb bemutatása érdekében a STEEP-elemzés segítségével veszem latba a vállalat makrokörnyezetét befolyásoló tényezőket. Így az olvasó jobb betekintést nyerhet a magyar autómegosztószolgáltatásokat érintő trendekről, szabályozásokról.

A STEEP az angol Social, Technological, Economic, Ecological, Political angol szavakból alkotott mozaikszó. Magyarul ez a társadalmi-, technológiai-, gazdasági-, természeti- és politikai, jogi környezeti tényezőknek felel meg. A STEEP-elemzést a marketingben sűrűn használják a stratégia előkészítési folyamatok során. Az analitikával az ágazat külső környezetét lehet felmérni. Ezek a tényezők nemzetgazdaságot befolyásoló elemek, amelyek bár közvetlen hatással vannak az adott iparra vagy vállalatra, de rá hatásuk nincs a piaci szereplőknek (Reketye-Töröcsik-Hetesi, 2022).

4.2.1 Társadalmi környezet (Social)

A Mol Limo-t Budapest területén lehet igénybe venni, így a főváros demográfiai alakulása, korösszetétele lényeges ebben a szakaszban, a nemek aránya a szolgáltatás igénybevételekor nem lényeges. A Központi Statisztikai Hivatal éves adatai alapján az látszik, hogy Budapest lakossága több éve csökken. 2016 óta 88 403 emberrel mérséklődött (KSH,2023).

E mellett a 2022-es Népszámlálás eredményeiből azt is lehet látni, hogy a főváros öregedési indexe 169,4%. Ez a mutatószám a népesség változásának irányát mutatja, a vizsgálat során az adott régióban vagy városban a 65 vagy annál idősebb emberek létszámát veszik alapul, melyet elosztanak a 14 vagy annál fiatalabb gyerekeke darabszámával, majd, hogy százalék formába hozzák, megszorozzák 100-zal ezt a számot. (KSH Népeségtudományi Kutatóintézet, 2024). Tehát a legutóbbi népesség számlálásból az derül ki, hogy Budapesten 1 fiatalkorú gyermekre 1,7 nyugdíjaskorú jut. Ez a szolgáltatás számára nem igazán kedvező, ugyanis a szépkorúak már nem feltétlen vezetnek vagy épp az egészségi állapotuk miatt nem tehetik meg ezt. Továbbá a technológia fejlődésével sem feltétlen tartják a tempót, de ezt a későbbi részben jobban kifejtem.

		Mindösszesen
Korcsoport, részletes	Népszámlálás éve	
Vármegye, régió: Budapest		
· · 25–29 éves	2022	115 350
	2011	130 178
	2001	155 922
· · 30–39 éves	2022	252 819
	2011	313 540
	2001	222 196
· · 40–49 éves	2022	290 371
	2011	213 367
	2001	249 930
· · 50–64 éves	2022	294 237
	2011	339 399
	2001	348 835

2. táblázat: Népszámlálások eredményének alakulása az aktív korúak csoportján belül
Forrás: KSH

Mindezek mellett az 2. táblázat alapján azt a tendenciát lehet látni, hogy a fiatalabb 20-39 éves korosztály létszáma Budapesten belül évről-évre csökken. A 40-49 évet betöltők száma viszont az elmúlt 10 évben nőtt, ami az öregedő társadalom egyik hatása lehet.

4.2.2 Technológiai környezet (Technological)

Technológia fejlődése nemcsak egy adott területre lehet hatással, de egy társadalom egészére is. A nagyobb újításoknak köszönhetően az emberek élete könnyebb, kényelmesebb tud lenni, e mellett a gazdaság is fokozódhat. Gondoljunk a vasút vagy az autó megjelenésére, amelyek hatására az infrastruktúrák, pl. autópályák megépítése során rengeteg embert foglalkoztattak. Ilyen termék a fogamzásgátló is, amely a fiatalabb korosztályú nők nagyobb foglalkoztatási rátáját hozta, így a gazdaságban több lett a fizetett emberek száma, mely a gazdaságban elköltethető pénz mennyiségének növekedéséhez vezetett (Kotler-Keller, 2008).

A Központi Hivatal legfrissebb, 2022-es adatai alapján nemzetgazdasági szinten 887 milliárd forintnyi pénzügyi ráfordítása volt a K+F szektorban, mely a GDP 1,33%-nak felelt meg. Ennek közel háromnegyede a magánszektorban került befektetésre, míg 16%-a a felsőoktatásban, a maradék 13%-a pedig az államiszektorban. A kiadások legnagyobb része villamos-, elektronika és informatikai mérnök tudományok ágazatban lett befektetve, 127 milliárd forinttal, építés-, építő-, közlekedés- és közműmérnöki tudományra 97 milliárd forint áramolt, amely így az ország negyedik legfinanszírozottabb tudományterületet lett. Összeségében az mondható el, hogy 2016 óta a K+F szektor évről évre növekszik, a covid vírus közepén, 2021-ben a

ráfordítások és állományi létszámon át ugrás szerű emelkedést lehetett tapasztalni, amely 2022-ben minimálisan visszaesés követett (KSH,2023)..

Mindezek ellenére a beruházások értéke kétszere, míg foglalkoztatottak száma több, mint harmad annyi volt, mint az alapnak vett 2016-nak (KSH,2023).

4.2.3 Gazdasági környezet (Economic)

A nemzet gazdasági eredmények befolyásolhatják a vállalatok ügymenetelét, stratégiáját. Egy jól működő gazdaságban a vásárlóerő magas, amelyet a keresetek, háztartások vagyona vagy épp az infláció alakít.

A népszámlálási adatokból az látszik, hogy az aktív korúak (15-64 évesek) foglalkoztatási rátája Budapesten belül 2011-ről 2022-re 63,2%-ról 77,1%-ra nőtt. Amelyből arra lehet következtetni, hogy a város lakosságának fizetőképessége javult.

Az inflációs adatok tekintetében, 2024 januárjában a fogyasztói árindex 3,8%-kal nőtt az előző évhez azonos időszakához képest, a szolgáltatások 10,4%-kal drágultak. A gépkocsikölcsönzés, autópálya-használat és parkolásért együttesen 11,3%-kal magasabb árat kellett fizetni az idei év első hónapjában, mint egy évvel korábban. Mindemellett a járműjavítás és karbantartásért 11,9%-kal kértek el többet, mint 2023 januárjában A Központi Statisztikai Hivatal riportja szerint januárban az üzemanyagára 11,9%-kal esett, míg a használt gépjárműveké 9,9%-kal. Ezzel szemben az szalonból kihozott újautók 1,3%-kal drágultak (KSH, 2024). Ezen felül, ha a 2023 egészét nézzük, átlagosan 17,6%-kal nőttek a fogyasztói árak az előző évhez viszonyítva. A szolgáltatások ára 13,2%-kal emelkedett az időszakban, míg az üzemanyag- és egyéb cikkeké 18,6%-kal (KSH,2024).

A kiadások alakulása mellett a bevételek alakulását is érdemes megfigyelni. 2024 januárjában a bruttó átlagkereset 605 100 Ft, a nettó pedig 416 600 Ft volt, amely 14,6 és 14,5%-os növekedést jelent az előző év azonos időszakához képest. Reálértéken a bérek növekedése 10,4%-ot ért el az előző évhez képest (KSH,2024).

4.2.4 Természeti környezet (Enviroment)

Manapság a környezetvédelem nagy hangsúlyt kap, mind a médiában, mind a kormányok felől. A vállalatoknak több különböző környezetvédelmi előírásnak meg kell felelniük, hogy termékeiket tovább gyárthassák. A cement gyárak például széndioxid-kvótát fizetnek, minden tonna kibocsátott károsanyagért, így az Európai Unió bevételekhez jut, amelyet a környezetvédelemre fordít, továbbá a többlet költség miatt a vállaltokat arra ösztönzi, hogy fejlesszék termelő egységeiket a kisebb környezeti lábnyom érdekében (Hold.hu, 2024).

A közúti közlekedés jelentős környezet szennyező hatással rendelkezik, az EU károsanyag-kibocsátásának, mintegy egyötödét ez adja. Ezért az Unió célja, hogy 2030-ra a 2021-es kibocsátás 55%-kal csökkentse a személyautók kibocsátását. E mellett már egy jogszabály is létezik, amit tavaly fogadtak el és a kontinens egészére vonatkozik, e szerint a 2035-től már csak zéró emissziójú újautót lehet értékesíteni. Emiatt a belsőégésű autók feltehetően eltűnnek a szalonautók listájáról és elektromos járművek veszik át a helyüket. Ez persze nem jelenti azt, hogy a ma jól ismert autókat ne lehessen használni, a kutak és az üzemanyagértékesítés továbbra is megmarad (Európa Parlament, 2023).

A budapesti közlekedés során jelenleg nem lehet találkozni belsőégésű motoros autók korlátozásával, de több európai országban már igen. Példaként kiemelve párat, Stockholm 2025-től kitiltja a benzin- és dízelüzemű autókat a város belső területeiről, így csak hibrid és elektromos személyautókkal lehet közlekedni. Londonban a régebbi, több szén-dioxid-kibocsátással rendelkező autót külön díjak megfizetésére köteleznek a város több részén is, hogy csökkentsék ezen autók használatát. Az európai nagy városokban tapasztalt tendencia miatt a magyar fővárosban is bekövetkezhet ez a fajta korlátozás, ez pedig egyes Mol Limo autókat is érintene (Engadget.com, 2023).

A környezetvédelmen túl az infrastruktúra kiépítettsége is a természeti környezet adottságaiba soroljuk. Az Innovációs és Technológiai Minisztérium 2019-ben fogadta el a Hazai Elektromobilitási Stratégiát, amely szabályozza és támogatja az elektromos autók vásárlását, és felhasználásához szükséges háttér hálózatot. E szerint az újonnan épülő napi fogyasztási cikket értékesítő üzlethelyiségek vagy parkolóházak várakozóhelyeit úgy kell kialakítani, hogy minden 100 hely után legalább 10 darab elektromosautó töltésére alkalmas parkolóhelyet átépíthető legyen elektromosautó töltésére a burkolat megbontása nélkül (Jedlik Ányos Terv 2.0, 2019).

Ez a Mol Limo vonatkozásában azt jelenti, hogy a város sűrűbben látogatott helyein a flotta e-járműveit várakoztatni, illetve tölteni lehet. Mindezek mellett a Magyar Energetikai- és Közműszabályozási Hivatal (MEKH) legutóbbi egész évet felölelő közleménye szerint, 2022 végéig mindössze 2147 töltőállomás üzemelt Magyarországon, amelyből 34%-a, 731 darab Budapesten belül található (MEKH, 2023).

4.2.5 Politikai és jogi környezet (Political)

A jogi környezet a vállalatok marketing potenciálját befolyásolhatja a szabályozás szigorával, prioritásaival. A különböző jogszabályok akár az árazásra vagy a reklámok megjeleníthetőségére vonatkozhatnak, példa erre a cigaretta reklámok tilalma (Józsa, 2016).

Az autómegosztó szolgáltatások árazását a törvény nem befolyásolja, így mindegyik szereplő egyéni árazással dolgozik, hogy a lehető legjobb árat adják a fogyasztók számára. Továbbá a világban szinte minden országban lehet látni, hogy az állam egyes ágazatokban támogatja különböző kedvezményekkel a hazai szereplőt, hogy megmaradjon az ágazati versenyben a hazai részarány. Ez a magyar autómegosztó-ágazatban nem tapasztalható az állam egyik szereplőt sem támogatja.

A szektor egészét azonban érinti zöldrendszeres autó tulajdonlása után járó kedvezmények. Így az az illeték-, cégautóadó- és regisztrációs adó mentessége (Jedlik Ányos Terv 2.0, 2019).

4.3 Mol Limo versenytársainak bemutatása

Budapesten belül három autómegosztó szolgáltatást lehet igénybe venni, ezek a Wigo, GreenGo és a Mol Limo. Az említett vállalatok ügyfélköre meghaladja az összesen százezer regisztrált felhasználót, 2023-ban pedig 25-30%-kal nőtt az új felhasználók száma és nagyjából ez az arány érvényes a vezetésszám és megtett kilométerek növekedésében is. Az elmondható, hogy rendszeresen használják az autókat, ugyanis csak 2022-ben 23 millió kilométert tettek meg, a három cég közel 1500 gépjárműből álló flottájával (jovomobilitasa.hu, 2023), a szolgáltatók indulása óta tavaly év végéig bezárólag pedig 70 milliót (jovomobilitasa.hu, 2024).

Ebben a részben az általam vizsgált vállalat, Mol Limo versenytársait mutatom be. A flották, kedvezmények, működések illusztrálásával. Továbbá, mivel különböző árazási stratégiával dolgoznak a magyar cégek, így csak az előfizetés mentes, alapfelhasználói árakat vettem össze a könnyebb összehasonlítás érdekében.

4.3.1 GreenGo

A GreenGo 2016-ban magyar startupként 45 autóval kezdte meg Budapesten a működését. A vállalat kizárólag elektromos autókat kínál, személyautókból Skoda Citigo e-t, Volkswagen eUp-ot és Kia Nero EV-t, furgonokból Renault Kangoo Z.E-t és Opel Vivaro-e-t. Utóbbi kettő a GreenGo cargo és cargo L szolgáltatás alatt fut, ahol a felhasználók teherjárműveket bérelhetnek. A cargo szolgáltatásnak az a különlegessége, hogy négy darab kijelölt zónában lehet elindítani és leállítani az autók bérletét. Ez a négy zóna a főváros szívében helyezkedik el, Buda és Pest csomópontjain. Mindezek mellett az Opel-t 2024 februárjától lehet igénybe venni, és a hazai carsharing piac legnagyobb rakodóhelyével rendelkező járműve. A GreenGo flottája 500 járműből áll, melynek túlnyomó részét a személygépkocsik adják.

A személygépjárműveknél három féle akkumulátor felszereltség közül lehet választani, 18, 36 és 65 kWh-ást. Városi kimért közlekedéssel az elsővel egy feltöltéssel nagyjából 135 km-t, míg másodikkal akár 265 km-t lehet megtenni. A legnagyobb személygépjármű akkumulátor pakkal pedig 465 kilométert (greengo.hu, 2024). A tehergépjárművek esetén a Renault-val 170, az Opel-lel pedig 270 kilométert lehet megtenni általános körülmények között, nem tele rakodott állapotban.

Nemcsak a flottával, de az új felhasználókkal is nagyot bővült a cég, 2023-ban 22%-kal növelték az új felhasználók mennyiségét az előző év azonos időszakához képest, míg az aktív felhasználói állományban 25%-os ugrás ment végbe év/év alapon. Tavaly nagyobb bővülés ment végbe a vállalat területi lefedettségében is. A zónák mérete együttesen elérte a 100 km²-ert, Pesterzsébet, Csepel, Pesthidegkút, Budaörs és Budakeszi külső zónák bevonása után (Index,2024).

Alapdíj	380 Ft
Percdíj	99 Ft
Parkolási díj	70 Ft
Kedvezményes parkolási díj	40 Ft
Napi díj 1 (18 kWh-ás autó, max 3 napig, 100 km/nap)	17 680 Ft
Napi díj 2 (36 kWh-ás autó, max 3 napig, 100 km/nap)	18 680 Ft
Napi díj 3 (GreenGo cargo és cargo L autó, max 3 napig, 100 km/nap)	23 680 Ft
Km díj 100 km felett	48 Ft
Reptérre/reptérről (fix ár)	2 490 Ft / 990 Ft
Regisztrációs díj (előfizetéstől független)	2 490 Ft
Külső zónákban a lerakási díj	390 Ft

3. táblázat: GreenGo díjai előfizetés nélküli
 Forrás: Saját szerkesztés GreenGo weboldal alapján

A 3. számú táblázat összeszedtem a havi előfizetéssel nem rendelkező felhasználóra vonatkozó árakat. Az egyből látszik, hogy a GreenGo-nál az alapdíj egységes, autótípustól függetlenül az ár. A 380 Ft-os alapdíjjal úgy gondolom, hogy a piacon a közepesen drága osztályba sorolható. A 99 Ft-os percdíjjal pedig a Wigo-val együtt a legolcsóbb időalapú díjat számolják fel.

Annakellenére, hogy sokkal kevesebb az időalapú bérlési lehetőség, mint a Wigo-nál vagy Mol Limo-nál, a hosszú távra történő bérlés értéke az egyik legalacsonyabb. A napi díjak tekintetében pedig a legnagyobb ingyenesen leautózható kilométer mennyiséget biztosítja a vállalat és a további megtett kilométerek tekintetében is a legkedvezőbb.

A GreenGo parkolási lehetőséget is biztosít a felhasználóknak, ami azt jelenti, hogy a kijelölt zónákban a bérelt autókat parkoltatni lehet, amíg a bérlő elintézi ügyeit, ez alatt más nem viheti el a kocsit. Ennek is díja van, amit az 5. számú táblában feltüntettem. A parkolási zónák legtöbbször Budapest külső részein vagy agglomerációjában találhatóak általában strand vagy bevásárlóközpont mellett. A parkolási zónák kékekkel vagy narancssárgával (kék a kedvezményes díj szabású) vannak jelölve, a bérlés leállításához ezekből a területekből az autókat vissza kell juttatni a város olyan részeire, ahol zöld zóna van.

4.3.2 Wigo

Magyarországon először DriveNow-ként 2019-ben találkozhattak az emberek a vállalattal, amelyet már a következő évben átneveztek ShareNow-ra, a BMW és DAIMLER autómegosztó szolgáltatásainak egybeolvadásakor (onbrands.hu, 2019). Tulajváltás miatt 2023 októberében újbóli átbrendingelés történt, így a ShareNow-ból Wigo lett (hvg.hu, 2023). A vállalat nemzetközi szinten, 16 európai országban működik.

Budapesten 11 féle autótípus közül lehet választani, amelyek általában a jobban felszerelt középfelső, felső kategóriás autók. A Wigo benzines és elektromos autókat kínál, így a rövidebb, hosszabb, akár vidéki utakat is megoldhatók. Az autók négy féle csomagban vannak elhelyezve, ezek megnevezés a következő: XS, S, M Special. Az olcsóbb, kisebb gépjárművek inkább az XS, S csomagban vannak, ameddig a nagyobb, luxus kategóriás autók az M és Special csomagban.

Árazás tekintetében autósomagonként a napi-, óra-, perc-, és alapidíj különböző. Ahogy az autók minősége, helykínálata növekszik, úgy az árak is az XS csomagtól a Special csomagig emelkednek. Ezeket részletesen a 4. táblázatban lehet látni.

	XS csomag	S csomag	M csomag	Special csomag
Alapidíj	200 Ft	300 Ft	300 Ft	300 Ft
Percdíj	99 Ft	125 Ft	135 Ft	149 Ft
1 óra 35 km-t tartalmaz	5 320 Ft + 126 Ft/km	6 386 Ft + 126 Ft/km	7 186 Ft + 126 Ft/km	8 120 Ft + 126 Ft/km
2 óra 40 km-t tartalmaz	8 386 Ft + 126 Ft/km	10 120 Ft + 126 Ft/km	11 986 Ft + 126 Ft/km	12 253 Ft + 126 Ft/km

	XS csomag	S csomag	M csomag	Special csomag
3 óra	11 453 Ft	13 186 Ft	15 586 Ft	16 120 Ft
45 km-t tartalmaz	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km
4 óra	11 453 Ft	13 186 Ft	15 586 Ft	16 120 Ft
50 km-t tartalmaz	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km
6 óra	14 653 Ft	19 320 Ft	21 720 Ft	27 053 Ft
60 km-t tartalmaz	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km
1 nap	19 320 Ft	23 586 Ft	27 320 Ft	30 653 Ft
100 km-t tartalmaz	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km
2 nap	37 720 Ft	44 653 Ft	51 986 Ft	55 186 Ft
160 km-t tartalmaz	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km
3 nap	56 253 Ft	65 720 Ft	79 186 Ft	83 986 Ft
220 km-t tartalmaz	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km	+ 126 Ft/km
Reptérre/reptérről (fix ár)	3 290 Ft / 1 690 Ft			
Regisztrációs díj	1 990 Ft			
Külső zónákban a lerakási díj	490 - 1 590 Ft között			

4. táblázat: Wigo díjai előfizetés nélkül
Forrás: Saját szerkesztés Wigo weboldal alapján

4.4 Árak összehasonlítása

A magyar vállalatok különböző árazási stratégiával dolgoznak. A GreenGo és Wigo a perc alapú díjakkal kínálja rövid távú bérlésre a gépjárműveket, míg a Mol Limo a kilométer alapúval. Az első két cég ártáblájában még így is nagy különbségek vannak a bérlési idő tekintetében, ezért nehézkes lehet a három cég árainak összehasonlítása.

A következőkben a Google Maps által tervezett útvonalak segítségével készítettem számításokat, hogy a magyar fogyasztók legnépszerűbb felhasználási formáját, a rövid távú bérlés költségeit egyes carsharing vállalatokként bemutathassam. Két féle útvonalat választottam, az egyik, egy belvárosi közlekedést szimulál, ami a Jászai Mari térről a Deák Ferenc térig tart. A másik belvárosból a külvárosba való utazást képezi, ami a Deák Ferenc térről az Örs Vezér térig tartó utazást foglalja magában. Mind a két útvonalat a Google térképpel terveztem meg 2024 április 25-én 14 órakor és 19 órakor, a leggyorsabb javaslatokkal számoltam. Az ezekről készült képernyőfelvételeket az I. számú mellékletben helyeztem el. A szolgáltatási költségeknél a Mol Limo esetében a Fiat 500 díjával számoltam, a Wigo-nál az XS csomaggal (szintén Fiat 500-ast takar), míg a GreenGo-nál a sima percdíjjal. A lenti árak mindegyike már tartalmazza az alapidíjat és perc/kilométer díjat.

A belvárosban tervezett út során napközben 12 perc alatt lehetett megtenni a 2,5 kilométeres távot, amelyért a Mol Limo esetében 900 Ft-ot kellett volna fizetni, a GreenGo használatakor 1560 Ft-ot, a Wigo-nál pedig 1388 Ft-ot. Ugyanezen az útirányon este hét órakor a Limo 900 Ft-ot vonna le, míg a GreenGo és Wigo 1172 és 992 Ft-ot, a 8 perces, 2,2 kilométeres közlekedésért.

A külvárosi, nagyobb útvonal esetében a Google délután kettő órakor 20 perces, 6,9 kilométer hosszú utat tervezett. A Limo-nál ez 1956, a GreenGo-nál 2360, a Wigo-nál 2180 Ft-ba került volna. Este a Deák Ferenc térről az Örs Vezér térig az útvonal változatlan maradt, azonban a forgalom kisebb volt a térkép szerint, ezért 16 perc alatt meg lehetett volna járni. a Mol Limo 1956 Ft-ot számolt volna fel, amíg a GreenGo és Wigo 1964 és 1784 Ft-ot.

Fontosnak tartom megjegyezni, hogy a vizsgált két útból nem lehet általánosan megkülönböztetni, hogy melyik vállalat a legolcsóbb vagy legdrágább. Az árak az autók típusától, a forgalomtól és a zónáktól függően változhat, emiatt egyes esetektől függően más és más carsharing szolgáltató lehet kedvező.

4.5 Mikrokörnyezet

A vállalkozások az iparágat jellemző adottságok mellett a mikrokörnyezetüket is vizsgálhatják. Egy cég piaci helyzetét, jelenleg alkalmazott módszereit és a jövőt érintő lehetőségeinek vizsgálatát a SWOT-elemzéssel készítheti el könnyen. Magyarországon ezt GYELV-elemzésként is szokták említeni, amely a gyengeségek (Weaknesses), erősségek (Strengths), lehetőségek (Opportunities) és veszélyek (Threats) szavak kezdő betűiből alkotott mozaikszó. A SWOT-elemzés készítésekor a fogyasztó szemlélettel kell vizsgálni a vállalatot és környezetét, hogy minél jobb eredményt kapjunk, nagy vállalatoknál akár egyes szektorokat is érdemes külön vizsgálni. Az eredménnyel a vállalatok a marketingterveiket könnyen elkészíthetik (Józsa, 2014).

4.5.1 Gyengeségek (Weaknesses)

A vállalat belső tényezőit tekintve gyengeségnek mondható a főváros külső kerületeinek (déli- és keleti részek) és agglomerációs városok elhanyagolása, bérleti zónák általában ezekben a térségekben nincsenek biztosítva. Továbbá azok a fogyasztók, akik más szolgáltatóhoz vannak szokva, először nem biztos, hogy észreveszik a rövid távú bérlés másfajta árazását. Míg más

cég perc alapú bérletet ad, addig a Mol Limo kilométer alapút, ez a figyelmetlenebb vásárlót megtevesztheti első ránézésre és drágábbnak hiheti a szolgáltatást.

4.5.2 Erősségek (Strengths)

Erősségnek mondható a Mol cégcsoportból fakadó erős vállalati imázs, továbbá biztos anyagi háttér, amit az anyavállalat tud biztosítani. A könnyen észrevehető, jól felmatricázott autók is a felhasználóknak segíthet. Ide sorolható még az ár is, városi közlekedés során egyes esetekben a kilométer alapú fizetés jobban megéri a percdíjjal szemben. Ezen túlmenően a Limo zónák fedik le legnagyobb területet Budapesten. Erősségnek mondható a Mol Move applikációval és Mol Bubbi szolgáltatással összekötött rendszer is. A 2018-as indulással az egyik legrégebbi carsharing vállalat Magyarországon, ami a szakértelmet és ismertséget erősíti. Ezek mellett a széles termékválaszték, tehát az autók diverzifikáltsága és a bérleti lehetőségek sokszínűsége is a vállalat előnyét jelenti.

4.5.3 Lehetőségek (Opportunities)

Potenciális külső lehetőségként érdemes említeni a BKV tervét, ami a dedikált autómegosztó parkolók és mobilitási állomások (carsharing autók, közbiciklik-robogók, bérelhető rollerek egy fizikai helyen való bérlete, tárolása) létrehozását vetíti elő, és a szolgáltatók integrációját a BudapestGo applikációba. Utóbbi elgondolás lehetőséget kínálna a BKV felhasználóknak közlekedési útvonaluk megválasztása során a carsharing autók ajánlására (telex.hu, 2023). A Mol Limo előnyére válhat továbbá az egyre dráguló privát személygépjármű fenntartás is. Az egyre növekvő parkoló-, autópályamatrixa díjak, autójavítás- és karbantartási költségek és üzemanyagárak, mind a közautózás felé mozdíthatja az embereket (KSH, 2024). Továbbá az országot lefedő Mol benzinkúthálózat is a Limo terjeszkedésének egyik alapja lehet. A töltőállomásokkal a vállalat akár a Limo Fix szolgáltatásnak kezdeti és végpont zónáját biztosíthatja, akár vidéken is.

4.5.4 Veszélyek (Threats)

Külső veszélynek számít a növekvő fogyasztóiár-index, ami tavalyhoz képest meredeken csökkent, de továbbra sem nulla körüli. 2024 márciusában az infláció 3,6% volt az előző év azonos időszakához képest, míg 2023 egészét tekintve 17,6% (KSH, 2024). A növekvő fogyasztói árak pedig a szolgáltatás igénybevételének a számát csökkenthetik.

A Mol Limo működését befolyásolhatja az is, ha a belvárosi, erősen zsúfolt kis utcákba az önkormányzatok parkolási tilalmat hoznak a casharing autókkal szemben, hogy az ott lakókat védjék.

5 PRIMERKUTATÁS

5.1 Kutatás módszertani terv

Primer kutatásom kvantitatív jellegű volt. A kérdőívet a Google Forms segítségével készítettem el, majd a Facebook-on, Messenger-en és emailen keresztül küldtem ki. Célom minimum 100 kitöltés megszerzése volt, végeredményben pedig 116-an küldték el válaszukat. A kérdősor 2024 április 19. és 22. között volt elérhető, a minél szélesebb elérést pedig próbáltam a hólabda módszerrel véghez vinni, így ismerőseimet megkértem, hogy küldjék tovább ismerősiköreikben. Továbbá Facebook-on egy nyílt csoportban is elhelyeztem, így olyan kitöltőket is elértem, akiket közvetlenül vagy közvetett módon nem ismerek.

A kérdések a carsharing használatát, illetve a motivációk feltérképezését célozta, 11 darab kérdés keretében. A kitöltők jobb kategorizálhatósága érdekében 3 darab demográfiai kérdéssel zártam a kérdőívet, amelyek a nem, életkor és jövedelmi helyzetüket érintették. A kérdőív kérdései a következők voltak:

1. Honnan hallott erről a szolgáltatási formáról?
2. Ön használt már autómegosztó szolgáltatást?
3. Önnek van havi előfizetése bármelyik szolgáltatónál (Mol Limo, Wigo, GreenGo)?
4. Ön a város mely részein használja/használná az autómegosztást?
5. Milyen célból vette/venné igénybe a carsharing-et?
6. Milyen rendszerességgel használ autómegosztó szolgáltatást?
7. Ha választható cafeteria elemként kapna havi felhasználható carsharing keretet a munkáltatójától, igénybe venné?
8. Az alábbiak közül kérem jelölje be azt a szolgáltatást, amit legszívesebben igénybe venne városi közlekedés során
9. Amennyiben Ön használt már carsharing szolgáltatást, milyen szempontok mentén választott szolgáltatót? Amennyiben még nem vett igénybe, mely szempontok mentén választana? 1= nem olyan fontos, 5= nagyon fontos
 - Ár
 - Területi lefedettség
 - Igénybevétel egyszerűsége
 - Flotta nagysága

10. Budapesten belül egy 30 perces carsharing útra maximum mekkora összeget lenne hajlandó elkölteni?

11. Ha egy másik szolgáltatás vagy termék mellé kapna carsharing kedvezményt (pl.: Havi BKV bérlet vásárlásakor, 30 napig 5%-os kedvezményt kapna a percdíjakra), mennyire lenne hajlandó ezt kihasználni?

Végezetül fontos kiemelnem, hogy a primer kutatásom a viszonylag szűkkörű elérés miatt nem reprezentatív, emiatt a magyar és budapesti társadalom egészére az ebből származó konklúziót nem lehet elmondani általánosságként.

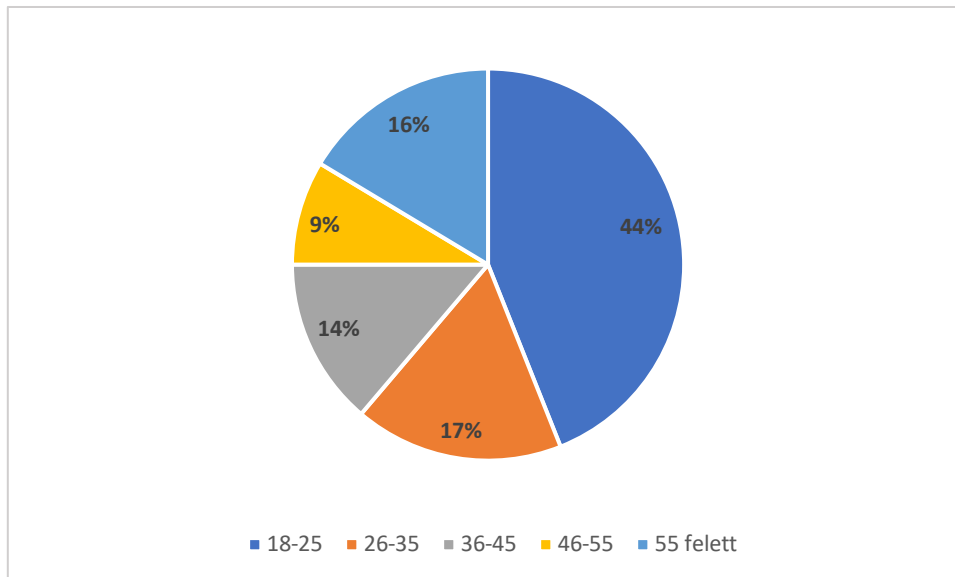
5.2 Kérdőív eredmények

Dolgozatom második felében a primer kutatásom eredményét fogom bemutatni, értékelni.

5.2.1 Demográfiai összetétel

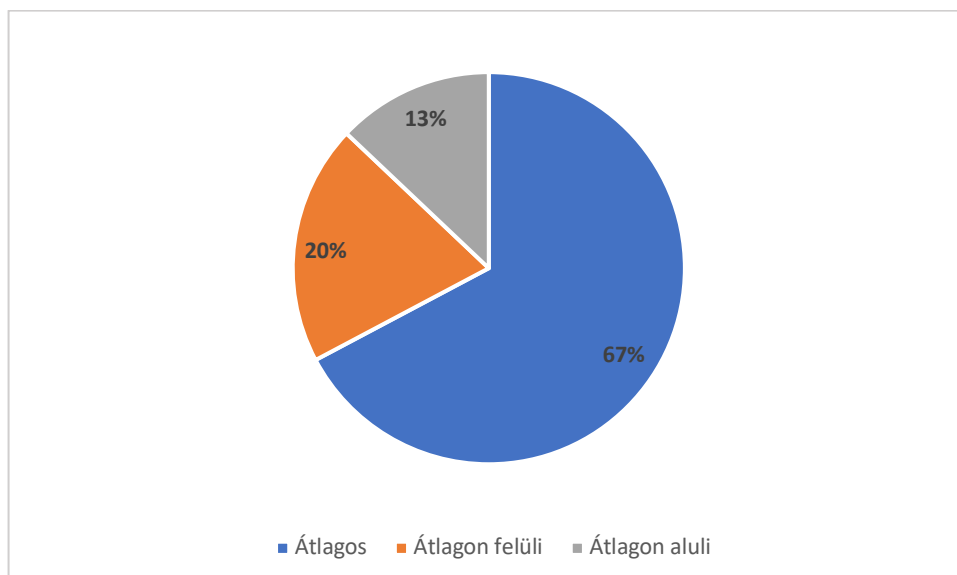
Mint említettem összesen 116-an töltötték ki kérdőívemet, 54%-ban nők, míg 46%-ban férfiak. A korcsoporti felosztást öt féle nagyobb csoportra szedtem, 18-25, 26-35, 36-45, 46-55 és 55 feletti korosztályra. Úgy gondoltam, hogy az X, Y, Z generációs felosztás nem lett volna elégséges, ugyanis, ahogy már előzőleg is említettem a carsharing a fiatalabb, 20-as, 30-as korosztályban a legelterjedtebb. A korosztályok szétszeletelésével pedig a kitöltők jobb behatárolást szerettem volna elérni. Amint az 3. ábrán is látszik legfőképp a 18-25 éves korosztályból töltötték ki a kérdőívet, a teljes mennyiség 44%-át fedi le. A második legnagyobb létszámban, 16%-kal a 26-35 éves korcsoport töltötte ki, majd az 55 feletti korosztály 16%-kal.

A 36 és 45 közt lévők 14%-ban szerepeltek a teljes kitöltőszámban, míg 46-55 évesek 9%-kal a legalacsonyabb arányban.



3. ábra: Korosztályi megoszlás a primer kutatási kérdőív kitöltők között
Forrás: Saját szerkesztés

Mindezek után a megkérdezettek jövedelmi szintjére voltam kíváncsi, hisz a carsharing rendszeres használata a társadalom alsó rétegének nem feltétlen megengedhető, ez is egy luxuscikknek mondható. Jövedelmet érintő kérdésem, arra célzott, hogy a kitöltő jövedelme átlagosan, átlagon felüli vagy aluli. A kitöltők 67%-a gondolja havi keresetét átlagosnak, míg 20%-uk átlagon felülinek és 13%-uk átlagon alulinak.

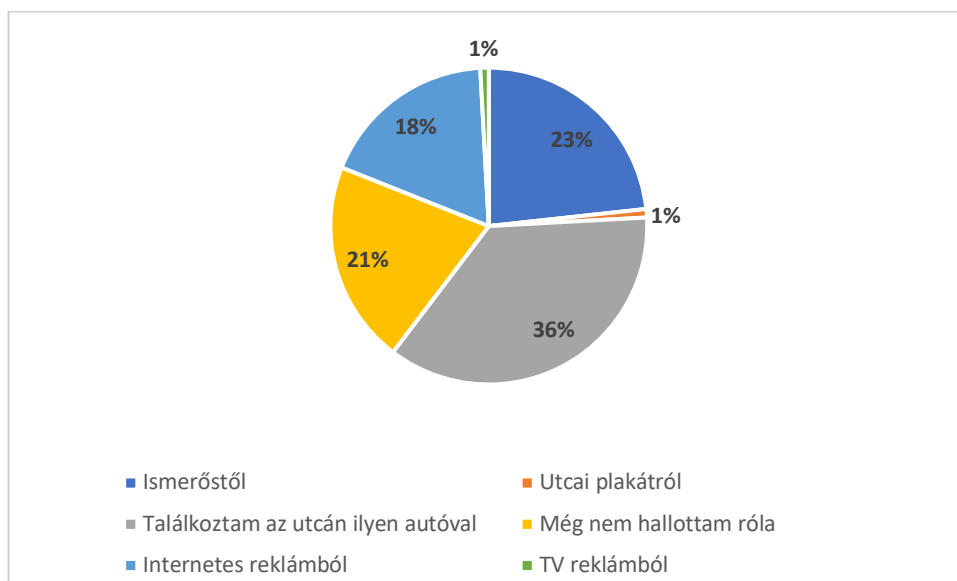


4. ábra: A megkérdezettek jövedelmi eloszlása
Forrás: Saját szerkesztés

5.2.2 Carsharing ismertsége, használata

Első kérdésemmel a carsharing ismertségét szerettem volna feltérképezni. „Honnan hallott erről a szolgáltatási formáról?” kérdéssel, amelyre 6 darab választási lehetőség közül lehetett válaszolni, ezek a következők voltak: „Ismerőstől”, „Utcai plakátról”, „Még nem hallottam róla”, „TV reklámból”, „Találkoztam az utcán ilyen autóval”, „Internetes reklámból”.

Az eredményből az derül ki, hogy a megkérdezettek elsődlegesen az utcán látták a carsharing-es autókat és ezáltal ismerkedtek meg a szolgáltatással, ezt a lehetőséget kitöltők, 36%-a jelölte. A kérdőívet kitöltők körében 23% az ismerősei révén hallott először a szolgáltatásról. Sajnos az nem derült ki, hogy használat utáni beszélgetés során vagy sem. Sokan voltak, akik még nem hallottak az autómegosztásról, az ismerősikörömben tartott beszélgetésekből kiindulva, én arra is következtetnék, hogy első hallásra nem feltétlenül kötik össze az emberek a szolgáltatás megnevezését a szolgáltatással, ugyanis amikor már vállalati neveket vagy a városban fellelhető autókat említettem, a beszélgető partnereim szinte már tudták mire gondolok. A válaszadók közül 21% még nem hallott a szolgáltatási formáról. Az internetes reklámok a kitöltők viszonylag nagy szeletét elérte, 18%-uk bannerek, cikkek vagy rövid internetes reklámvideók segítségével találkozott először a szolgáltatással.

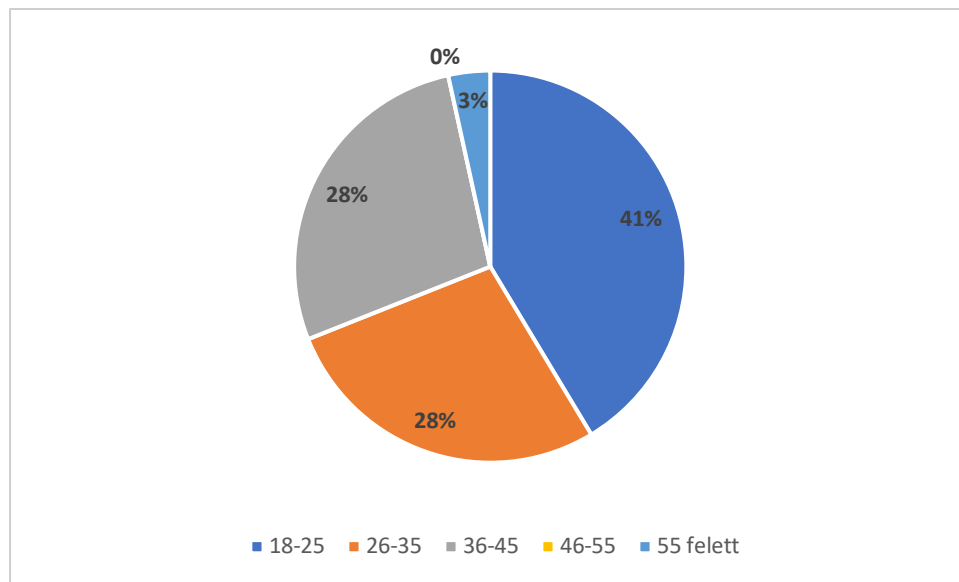


5. ábra: A kitöltők első értesülésének forrása
Forrás: Saját szerkesztés

Továbbá 1-1 kitöltő TV reklámból és utcai plakátról ismerkedett meg a szolgáltatási formával, amelyek 1% és 1%-át teszik ki az összes válaszadoszámnak. Mindezekből azt lehet észrevenni, hogy az autók jól felmatricázottsága feltehetően jelentős szereppel bír a szolgáltatás megismertetésében. Továbbá az ismerősök közti mindennapi párbeszéd a szolgáltatási formáról is segít az iparágnak. A marketing csatornákat tekintve az online reklámok bizonyultak az egyik

nagy forrásnak, a szolgáltatási forma viszonylag friss jelenlétét, akár az online térben még lehet fokozni.

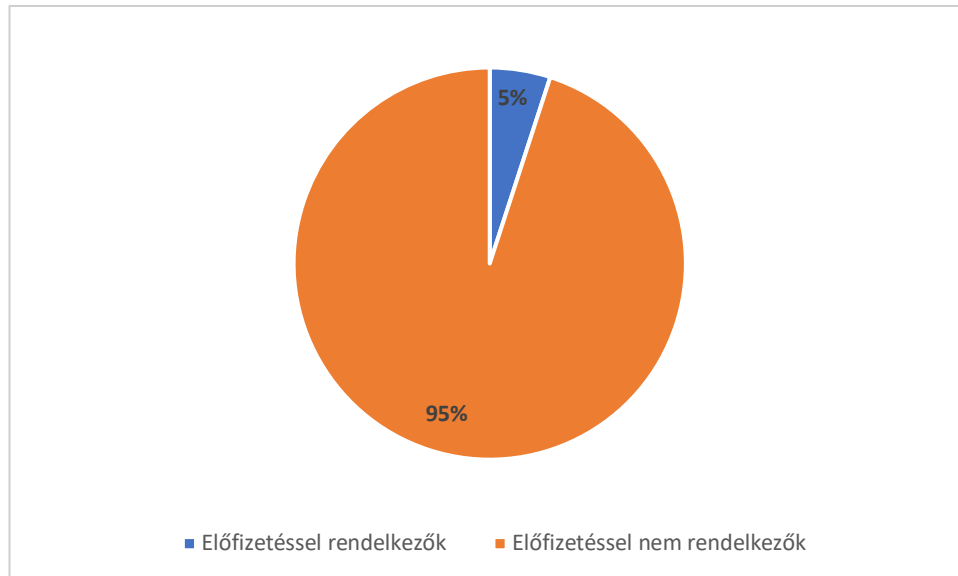
Az első kérdések között fontosnak találtam felmérni a carsharing szolgáltatást kipróbálók arányát is. A kérdésem így szólt: „Ön használt már autómegosztó szolgáltatást?“, melynek eredménye szerint a kitöltők 25%-ban már legalább egyszer igénybe vették az autómegosztást, míg 75%-ban még nem.



6. ábra: A szolgáltatást igénybe vevők eloszlása korcsoportok szerint
Forrás: Saját szerkesztés

A 6. ábrán jól látni, hogy a kitöltők azon körében, akik valaha már legalább egyszer kipróbálták az autómegosztást legnagyobb részben a 18-25 éves korosztályhoz tartozik, ez a használók csoportján belül 41%-os arányt jelent. A kérdőív kitöltők között magasan az említett korosztály volt felül prezentálva, amiből származhat ez a magasnak mondható érték is. A 26-35 és 36-45 éves korosztályok 28-28%-ot tesznek ki a kipróbálókon belül, amely az iparági trendekhez hasonlóan mozog, így ezekben a korosztályokban népszerű a szolgáltatás. A 55 felett 3% használta, a 46-55 közötti megkérdezettek pedig egyszer sem.

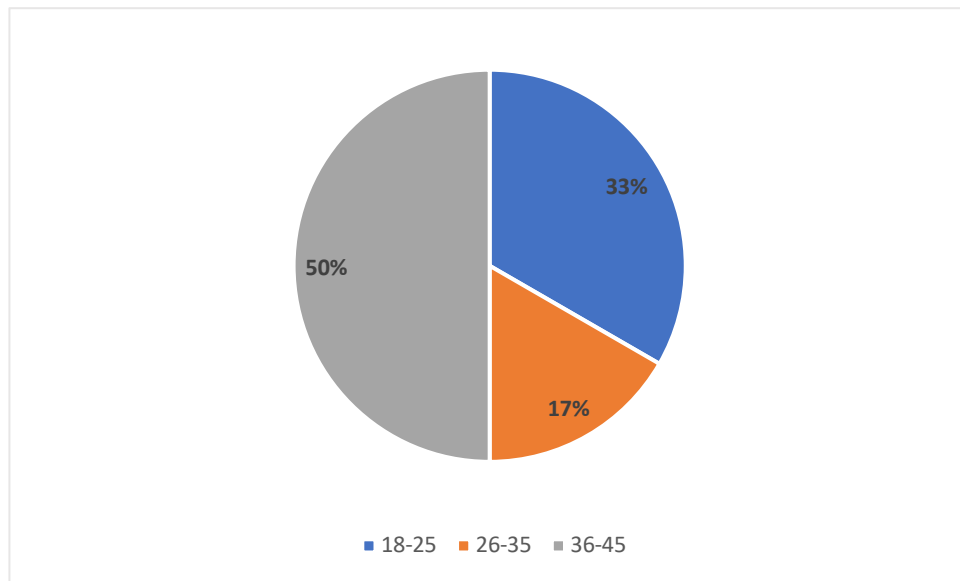
A felhasználók elkötelezettségét is fontosnak tartottam felmérni. Ezért a „Önnek van havi előfizetése bármelyik szolgáltatónál (Mol Limo, Wigo, GreenGo)?” kérdéssel utánajártam annak, hogy kitöltőim körében hányan rendelkeznek a havi előfizetéssel, bármely carsharing szolgáltatónál.



7. ábra: Havi előfizetéssel rendelkezők aránya a kérdőív kitöltők között
Forrás: Saját szerkesztés

Az elkötelezettségről szóló eredményt a 7. ábra mutatja, amelyen jól látszik, hogy a 116 kitöltőn belül csak 5% rendelkezik havi Mol Limo, Wigo vagy GreenGo előfizetéssel. Ez a szám előzetesen is alacsonyra volt várható, miután a kitöltők negyede használt már vagy használ carsharing-et. Az előfizetéssel rendelkezők táborán belül a 36-45 éves korosztály volt legnagyobb számban, 50%-ban, -lásd 8. ábra-. Ez azért is lehet, mert ennek a korosztálynak van már kellő keresete ahhoz, hogy a rendszeres utazásokra és a havi díj fedezésére képes legyen, és vagy nekik van a legnagyobb szükségük a gyors napi közlekedésekhez

elengedhetetlen flexibilis mobilitáshoz, hogy az üzleti megbeszéléseket, esetleg hétköznapi ügyek könnyen, gördülékenyen intézhessék.



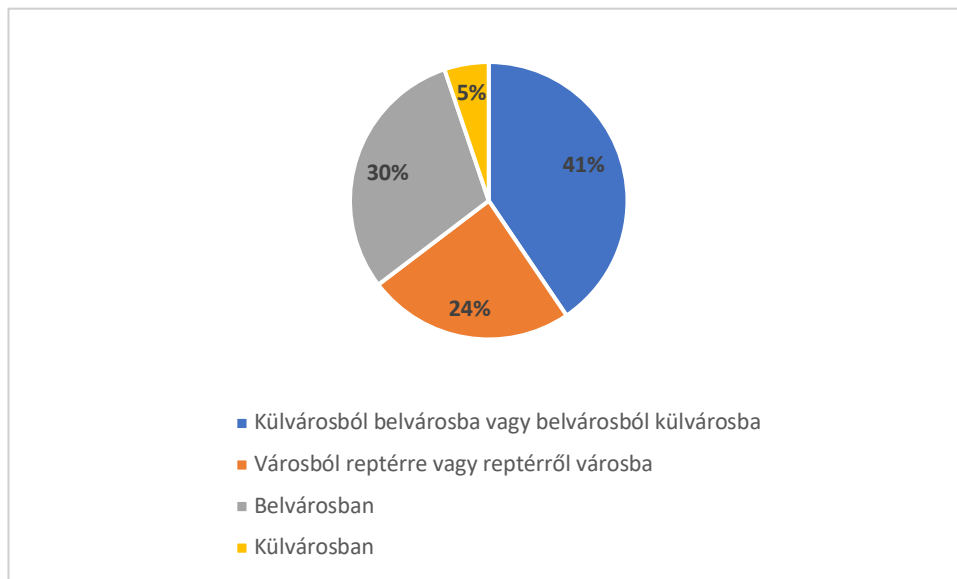
8. ábra: Havi előfizetők korcsoport szerinti eloszlása
Forrás: Saját szerkesztés

A havi előfizetéssel rendelkező kitöltők 33%-a 18-25 év közti. Véleményem szerint a fiatal felnőtt korosztály szórakozás céljából sokat jár a belvárosban, amihez az autómegosztás jó megoldást nyújt. Baráti találkozók, éjszakai szórakozás (csak odautazásra), Budapest környéki túrázáshoz, vagy akár egy családlátogatáshoz is lehet használni a carsharing-et rendszeresen. A havi előfizetéssel pedig jelentős összeget meg lehet spórolni. Úgy gondolom, hogy a mai fiataloknak a kényelem és gyorsaság számít, ezért az előbb példaként említett programok mindegyikére használhatta előfizetését az árérzékenyebb korosztály. A havi előfizetéssel rendelkezők között 17%-ban a 26-35 éves korcsoport is jelen van. Számomra meglepő módon a legalacsonyabb aránnyal, előzetesen arra számítottam, hogy itt lehet majd a legtöbb előfizetőt megtalálni a fiatalabbakra jellemző változatos, gyors életstílus és az új technológiákra való nyitottság miatt. Ennek ellenére a 36-45 éves korosztályból sokkal nagyobb arányt lehetett mérni, úgy, hogy a szolgáltatást használók között a két csoport aránya megegyezett. A kérdés, nem azt mutatja, hogy a kitöltők kis százalékban elkötelezettek a szolgáltatás mellett, hanem azt, hogy egyes vállalatok iránt. Rendszeres használat mellett feltételezhetően sokaknak jobb, ha több céget/autót választhatnak közlekedés során, a pillanatnyi igényük, belátásuk szerint.

5.2.3 Fogyasztói motivációk

Dolgozatomban sokat beszéltem a belvárosi közeledésről, ami azért is volt, mert az autómegosztószolgáltatók is ezekre a területekre koncentrálnak főképp. Ha megnézzük a zónák elhelyezkedését jobbra Budapest belső, magasan látogatott régióit fedik le. Ezzel nincs is baj,

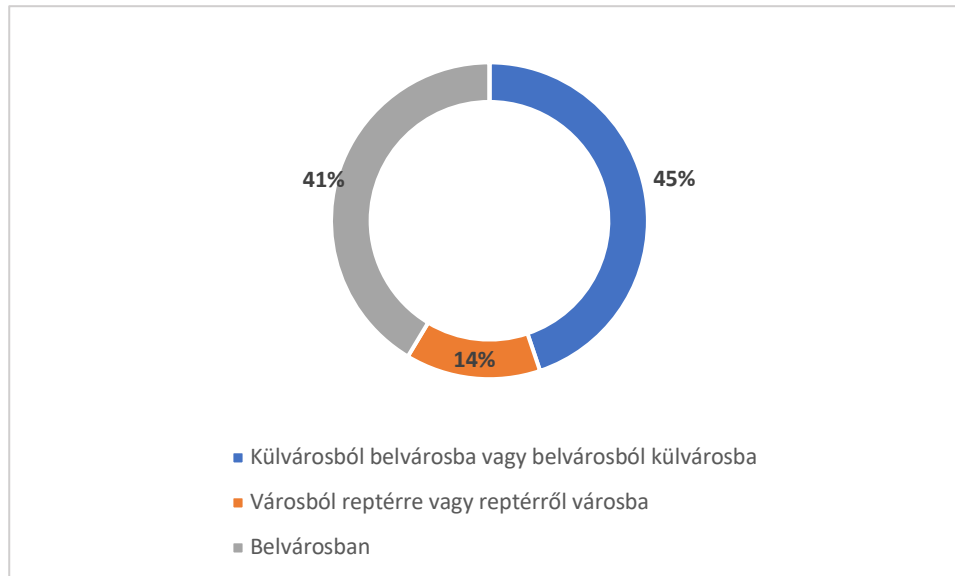
hisz a kínálat a nagyobb kereslet felé mozog mindig, de a carsharing zónákat elképzeléseim szerint még lehetne bővíteni. Hogy erre az elképzeléseimre tényadatot kapjak a kitöltőktől a következőt „Ön a város mely részein használja/használná az autómegosztást?” kérdeztem meg.



9. ábra: Carsharing Budapesten belüli használata
Forrás: Saját szerkesztés

A 9. ábra megmutatja, hogy a válaszadók Budapest mely régióiban használják leginkább vagy melyikbe használnák a carsharing-et. Legnagyobb részben, 41%-ban a külváros és belváros közti ingázást választották a megkérdezettek, ebből kiindulva a külső kerületek lefedettsége hasznos, hisz döntő részben onnét kezdenék vagy fejeznék be az autók bérlését. A belvárosi használat is jelentős, a kitöltők egyharmada a főváros belső részein használja a carsharing-et. A válaszadók 24%-a pedig a drága reptéri privát autó parkoltatása, vagy buszozás, taxizás helyett inkább az autómegosztást választja/választaná. Ez alapján a reptéri zónák biztosítása és a kedvezményes reptéri díjszabás az autómegosztó cégek forgalmában sokat jelenthet. Kizárólag külvárosi használatra kevés ember voksolt, 116 kitöltőnek mindössze csak az 5%-a használná az autókat a város külső kerületeiben.

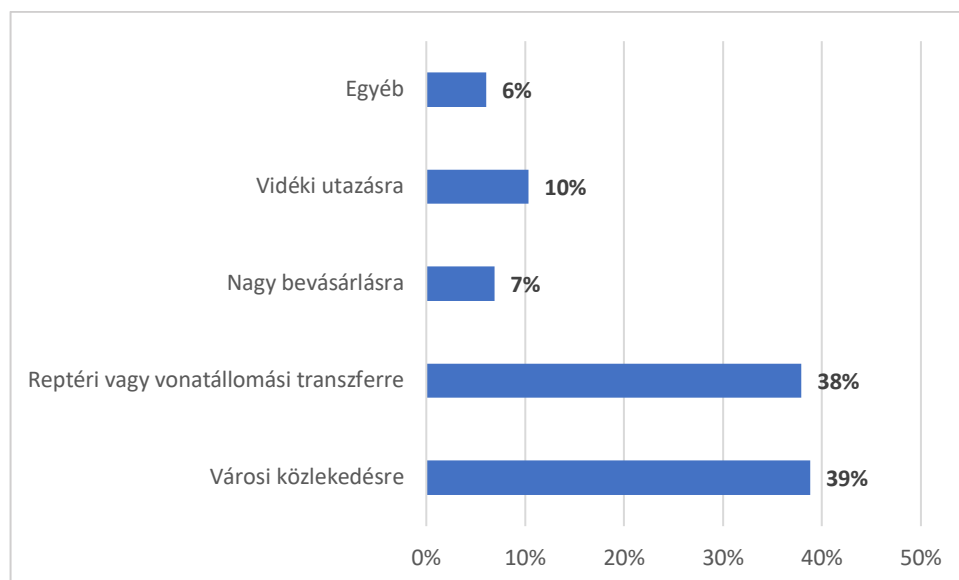
Ennél a kérdésnél maradva, kicsit mélyebben megvizsgáltam a válaszokat. Azok, akik már legalább egyszer használták a szolgáltatási formát a sorrend ugyanúgy megmarad, mint az előbb. Ahogy ez a 10. ábrán is látszik a külvárosi és belvárosi közti ingázás 45%-ot ért el, míg a kizárólagos belvárosi közlekedés 41%-ot. A Budapest és reptér közti útra 14%-éknyi szavazatot ért el. Tehát a tényleges használók csoportján belül is a külváros és belváros közti közlekedés bír a legkiemeltebb szereppel.



10. ábra: A carsharing-et kipróbálók közlekedési szokásai
Forrás: Saját szerkesztés

Azon kívül, hogy a városon belül hol használják a kitöltők az autómegosztást, fontosnak tartottam megmérni azt is, hogy milyen célból veszik igénybe azt („Milyen célból vette/venné igénybe a carsharing-et?). A 11. ábra megmutatja a kérdésre érkezett eredményeket és azt, hogy a kitöltők, mely válaszlehetőségek közül választhattak. Az elmondható, hogy leginkább, 39%-ban a városi közlekedés céljából használják/használnák az autókat. A szolgáltatási forma elsődlegesen az ilyen fajta felhasználásra van, emiatt ennek az eredménynek a túlsúlya várható volt. Ami viszont meglepő lehet, hogy az utazás előtt a reptérre vagy vonatállomásra való kijutáshoz is inkább ezt veszik, vagy vennék igénybe a kitöltők. Az összes szavazón belül 38% részarányt ért el ez a válasz lehetőség, mely igen magas. A reptérenél lévő parkolóznák jelenléte ebből következtetve fontos, hasznos. A főpálya udvarokat leszámítva a forgalmasabb vonatállomások mellett azonban nem mindig található meg, olyan terület, ahol a gépjárműveket fel vagy le lehetne tenni. Úgy gondolom, hogy a külső kerületekben lévő állomások mellett célszerű lenne zónákat létesíteni, hogy az agglomerációból érkezőknek a közlekedése meg legyen könnyítve, továbbá a külváros és belváros közti mobilitás is támogatva lenne. A vidéki utazás céljából történő carsharing használat a válaszadók 10%-nak volt fontos. Az ilyen fajta használat feltehetően már a napi vagy a több órás bérlést követel meg. Az olyan szezonokban,

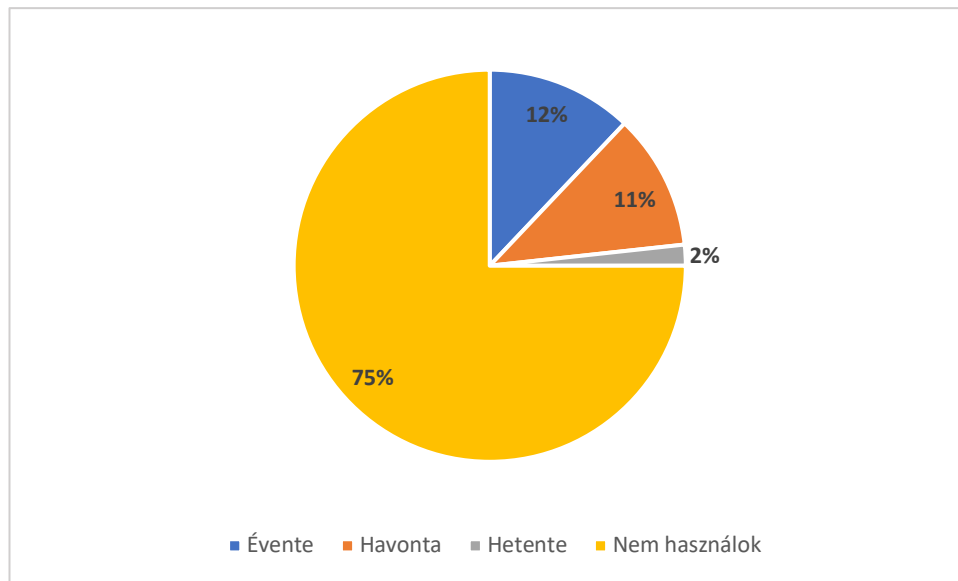
mint például a nyár vagy húsvét a carsharing felhasználók strandolás vagy családlátogatás céljából használhatják a szolgáltatást, amely egyes esetekben olcsóbb tud lenni, mint egy autóbérlő cég által kínált termék. Meglátásom szerint az ár mellett a kényelem miatt is inkább a carsharing-et választhatták a kitöltők, más bérautóval szemben. Hisz előbbinek a bérléséhez csak egyszer kell regisztrálni és azután akárhányszor használhatják az autókat, nem kell papír munkát végezni. A bérautóknál ellenben minden esetben új szerződést kell megkötöni, arról már nem is beszélve, hogy a telephelyre is el kell menni, míg az autómegosztó szolgáltatásnál a ház közvetlen közelében is lehet jármű felvenni. Meglepő módon a kitöltők 7%-a használja nagy bevásárlás céljából az autómegosztó szolgáltatást. Úgy gondoltam, hogy akik a városban élnek és nincs privát gépjárművük a heti nagybevásárlásra carsharing-et használnak, azonban ez az eredményekből nem annyira látszik, hiszen elég kicsi arányt ért el. Bútor vásárlásra lehet, hogy ezeket az autókat vagy furgonokat használják, de nyilván az ilyen fajta vásárlás az emberek életében viszonylag ritkán van.



II. ábra: A kitöltők carsharing használati céljai
 Forrás: Saját szerkesztés

Az egyéb válasz lehetőséget 6%-ék jelölte meg. Voltak, akik „nem vettem” még igénybe a szolgáltatást írtak, de volt olyan is, aki „Alkalomtól függően mindegyiket” kiválasztaná. Olyan kitöltő is volt, aki „meetingek, ahova nem érnék oda” választ írta, ezzel a carsharing egyéni mobilizációt segítő megoldására utalva. Ketten is voltak, akik az éjszakai közlekedés céljából használnák, „rendelkezem saját autóval, viszont nagyon jól jön akkor, ha mondjuk a belvárosba megyek bulizni és tudom hazafele már nem akarok vezetni”.

Miután megtudtam, hogy milyen célból és mely régiókban használják a kitöltők carsharing-et, megkérdeztem az igénybevételek rendszerességét. A „Milyen rendszerességgel használ autómegosztó szolgáltatást?” kérdésre „évente”, „havonta”, „hetente” vagy „nem használok” válasz lehetőségeket lehetett megjelölni. Már az első kérdések között megtudtam, hogy a válaszadók 25%-a használt legalább egyszer autómegosztást, így ebből a körből származtak a kérdésre adott válaszok is. A 12. ábra jól látni, hogy a kitöltők mindössze 12%-a bérel éves rendszerességgel carsharing autót. 11%-uk havi szinten használja a három szolgáltató valamely termékét, míg 2%-uk heti szinten. Napi rendszerességgel egyik válaszadó sem használja az autómegosztást.

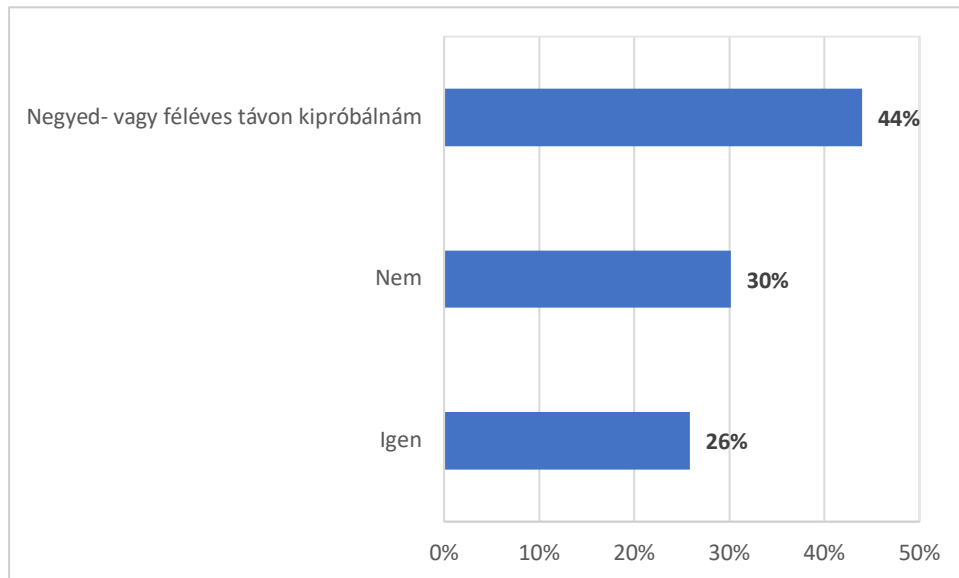


12. ábra: Autómegosztó szolgáltatást rendszeres használók eloszlása az összes kitöltésszámban
 Forrás: Saját szerkesztés

Ugyanezt vizsgálva a havi előfizetéssel rendelkezők között azt látjuk, hogy havi szinten 50% használja a szolgáltatási formát. 33%-uk heti szinten, és 17%-uk évente. Az eredményekből az elmondható, hogy a havi előfizetéssel rendelkezők sűrűbben használják az autómegosztást, a heti rendszerességgel igénybe vevők 100%-ban előfizetők. A havi rendszerességgel használók között is 23% kedvezményesen bérel járművet. E mellett, akik évente párszor használják a szolgáltatást 7%-ban rendelkeznek előfizetéssel, ami lehet azért is, mert a munkáltatójuktól kapják a kedvezményes profilt, azonban nem élnek vele gyakran.

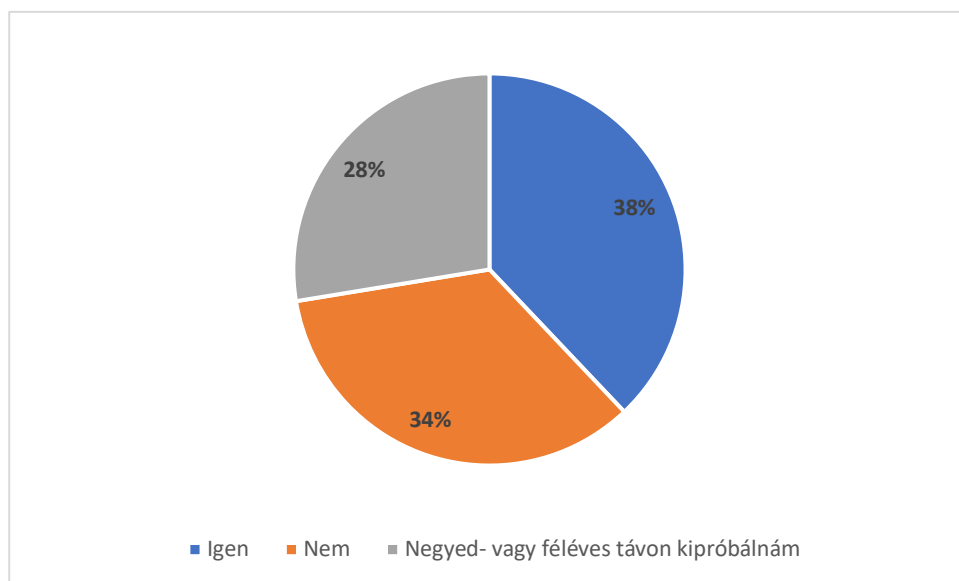
A cégek a munkavállalók számára sokszor Szép kártyát, sportra felhasználható juttatást és akár carsharing-re felhasználható keretet is biztosítanak béren kívüli juttatásként, ezek közül a beosztottak általában választhatnak. „Ha választható cafeteria elemként kapna havi felhasználható carsharing keretet a munkáltatójától, igénybe venné?” kérdéssel azt szerettem volna megnézni, hogy a kitöltők között mekkora lenne a carsharing használatára a hajlandóság,

ha ezzel akár a széles körben elterjedt Szép kártyáról kell lemondani. A válaszadók három lehetőség közül választhattak (lásd 13. ábra), meglepő módon 44%-uk negyed- vagy féléves távon kipróbálná ezt a fajta juttatást. Egyharmada a válaszadóknak nem élne ezzel a lehetőséggel, ameddig 26%-uk, akár hosszú távon is nyitott lenne az autómegosztással leutazható keretre.



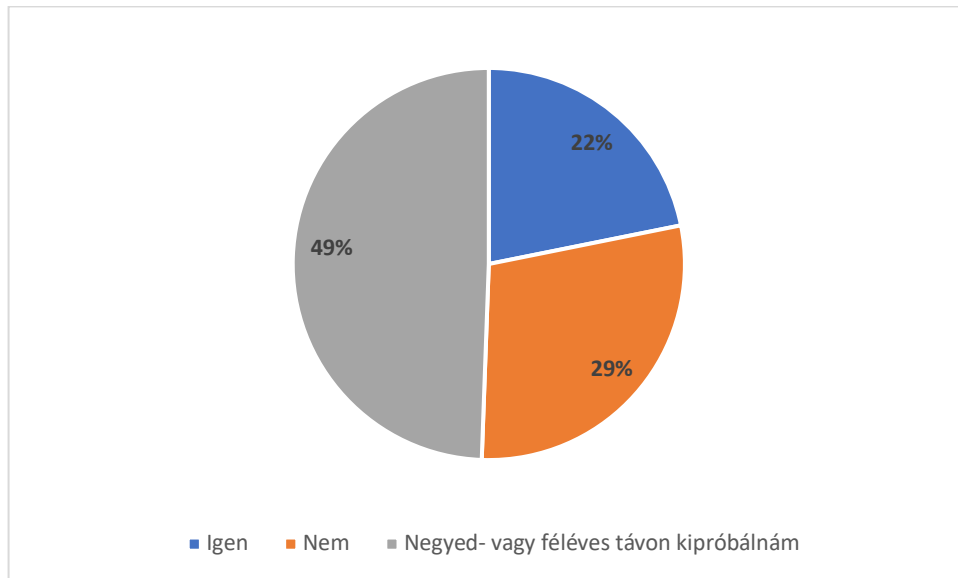
13. ábra: A kitöltők hozzáállása a carsharing juttatáshoz
Forrás: Saját szerkesztés

A 14. ábrán jól látszik, hogy azok, akik már kipróbálták az autómegosztást a hosszabb távra biztosított carsharing cafeteria választása a legnagyobb arányban volt, 38%-ban. Ezt nem sokkal lemaradva az ellentéte követi, ugyanis a 34%-a azoknak, akik már használtak autómegosztást nem választaná ezt választható juttatásként. Ugyanez a kör 28%-ban negyed- vagy féléves horizonton kipróbálná.



14. ábra: Cafeteria választása a carsharing-et kipróbálók csoportján belül

Azoknak a körében, akik még egyszer sem vették igénybe a carsharing-et sokkal nagyobb a hajlandóság arra, hogy pár hónapig ezt kérjék juttatásként munkáltatóiktól. A 15. ábra mutatja, hogy ebben a csoportban 49%-ot jelent. Véleményem szerint azért lehet, mert 3 vagy 6 hónap alatt, még ha nem is tetszik nekik a szolgáltatás nem mondanak le az egész éves juttatásukról, de legalább egyszer kipróbálták azt a szolgáltatási formát, amit sokszor látnak az utcán.

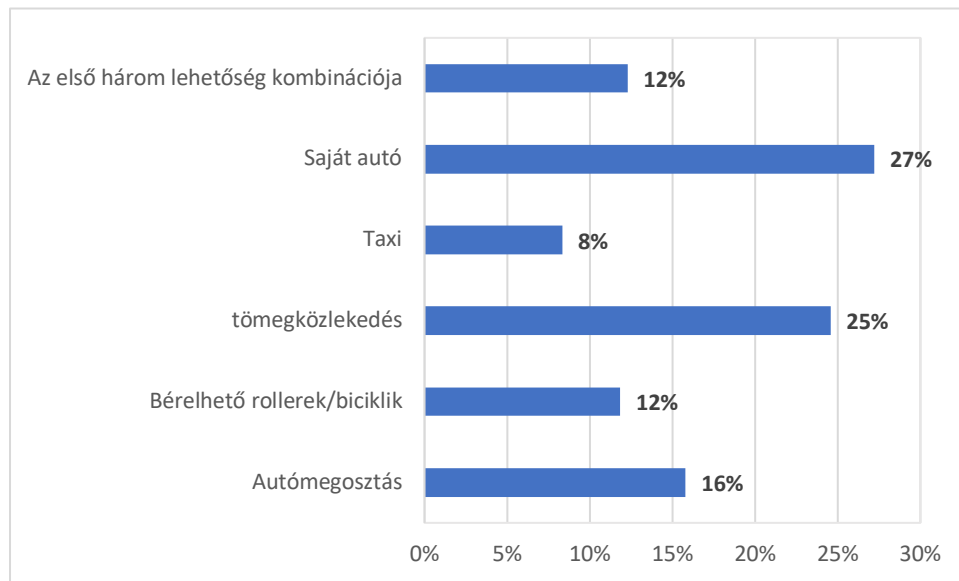


15. ábra: Vélemény a carsharing, mint juttatásról, azon kitöltők között, akik még nem próbálták szolgáltatást
Forrás: Saját szerkesztés

5.2.4 Felhasználói preferenciák

Mindemellett egyik fogyasztói insight gyanánt a kérdőívemben megkérdeztem a kitöltőket, hogy „Az alábbiak közül kérem jelölje be azt a szolgáltatást, amit legszívesebben igénybe venne városi közlekedés során”. Ezzel a megkérdezettek közlekedési preferenciáit tártam fel, a kérdéshez kötött válaszlehetőségek a következők voltak: „Autómegosztás”, „Bérelhető rollerek/biciklik”, „Tömegközlekedés”, „Taxi”, „Saját autó”, „Az első három lehetőség kombinációja”. A kitöltéskor több lehetőséget is ki lehetett választani. Azonban, ha csak az egyes közlekedési formákat vizsgáljuk az látszik 16. ábrán, hogy a saját autó használatát

preferálják leginkább a megkérdezettek, ez 27%-nak felel meg az összes leadott szavazaton belül.

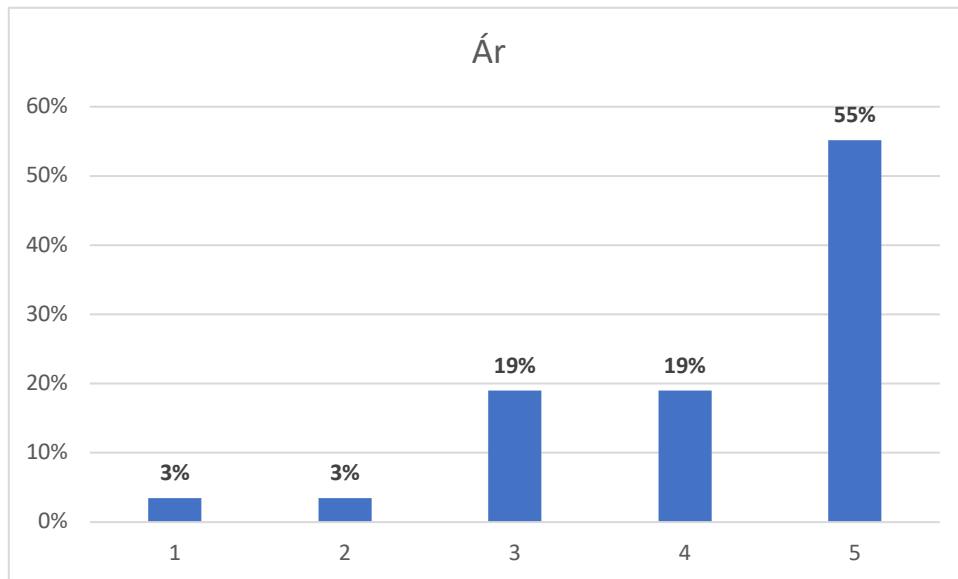


16. ábra: Kérdőív kitöltők közlekedési preferenciái
Forrás: Saját szerkesztés

Második legtöbb voks a tömegközlekedésre, majd az autómegosztásra érkezett, előbbi 25%-át, míg utóbbi 16%-át kapta a szavazatoknak. A bérelhető rollerek/biciklik és az első három lehetőség kombinációja lehetőségekre egyaránt 12%-nyi szavazat érkezett. A kitöltők a taxi használatát részesítették előnybe legkevésbé, mindössze 8%-ot tesz ki ez az opció. Szummaszummárum a kérdőív eredmény hasonlít a szekunder kutatási eredményekhez, az egyéni közlekedés során a privát jármű használata a legkedveltebb. Azonban a városi tömegközlekedés és az autómegosztás is jelentősen preferált.

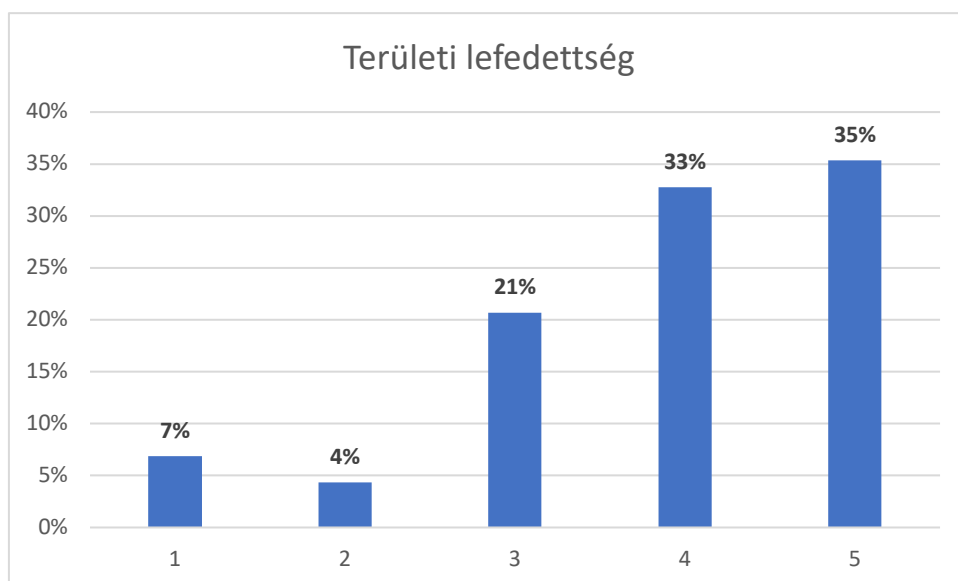
Ahhoz, hogy jobban megismerjem a fogyasztói gondolkozást és megtudjam, hogy mi alapján választanak szolgáltatót, felmértem, hogy egyes szempontokat/tulajdonságokat mennyire tartanak fontosnak. Az „Amennyiben Ön használt már carsharing szolgáltatást, milyen szempontok mentén választott szolgáltatót? Amennyiben még nem vett igénybe, mely szempontok mentén választana?” kérdésre 1-től 5-ig terjedő skálán lehetett válaszolni, ahol az 1= nem olyan fontos, az 5= nagyon fontos jelentést tartalmazta. Elsőként az árra, mint szempontra kérdeztem rá, a 17. ábrán jól látszik, hogy a kitöltők döntő többségének, 55%-ának nagyon fontos a szolgáltatás ára, cégek választásakor. 19%-nak csak kicsit fontos, míg ugyancsak 19%-nak semleges az ára, mint döntéshozatali szempont. A nem annyira és nem

fontos lehetőségek, 3-3% szavazatot kaptak, ebből kiindulva a válaszadók csekély hányada feltehetően nem annyira árérzékeny.



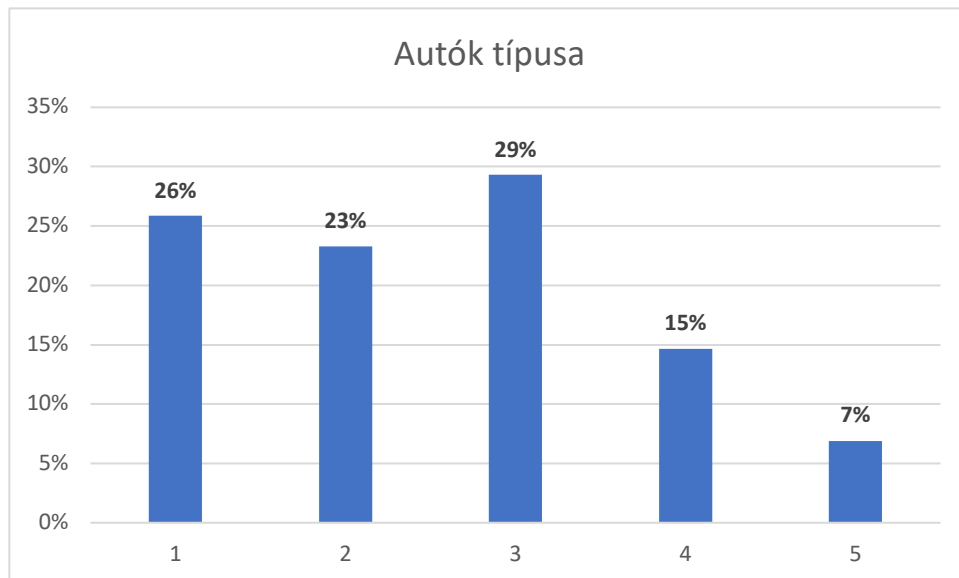
17. ábra: Szolgáltatás árának fontossága a kitöltők számára
Forrás: Saját szerkesztés

A területi lefedettségről hasonló a kitöltők elgondolása, -ahogy 17. ábra is mutatja-. A fontos vagy kicsit fontos lehetőségek a válaszok kétharmadát fedik le, 35% nagyon fontosnak, míg 33% kicsit fontosnak tartja a zónák nagyságát. A 21%-a a kitöltőknek közömbösen vélekedik erről. 4% nem annyira veszi számba a zónák nagyságát, 7% viszont egyáltalán nem tartja fontosnak ezt a kérdést. Utóbbi két csoportnak lehet, hogy azért nem fontos, mert csak a belvárosban használják vagy használnák a szolgáltatást, így az, hogy a járműveket hol tudják lerakni nem meghatározó.



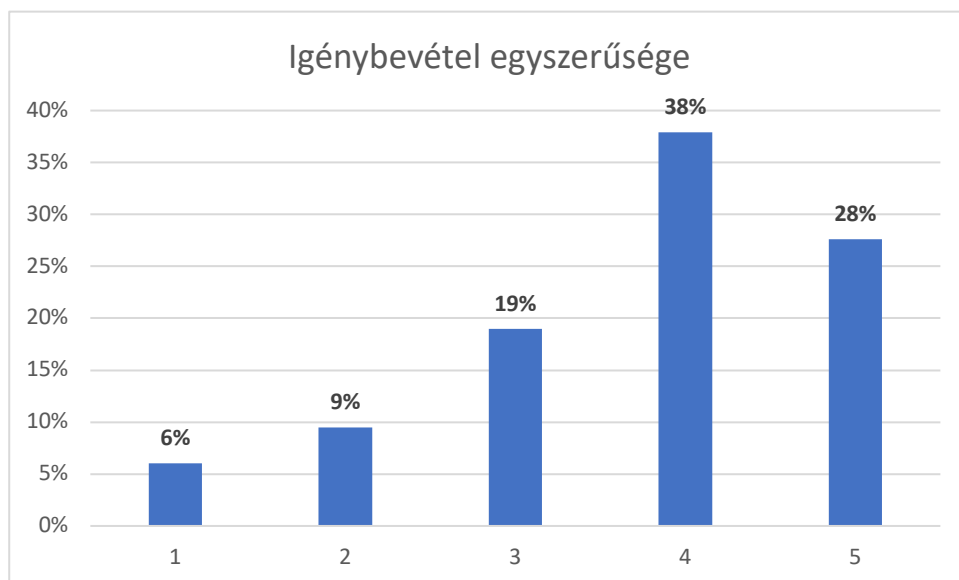
18. ábra: Szolgáltatás parkoló zónáinak fontossága a kitöltők számára
Forrás: Saját szerkesztés

Az előző kérdésekkel ellentétben, a megkérdezettek az autók típusához, már másképp álltak hozzá. Legtöbbök semleges viszonyulnak a gépjárművekhez (29%). 26%-ukat egyáltalán nem érdekli választáskor, míg 23%-uk számára nem annyira fontos. A kitöltők 15%-nak kicsit fontosak a gépjárművek, míg csak 7%-nak számít igazán. Összeségében a kérdőív válaszadóinak a szolgáltatások közti választás során az autók márkája/típusa nem döntő szempont.



19. ábra: Szolgáltatás gépjárműveinek fontossága a kitöltők számára
 Forrás: Saját szerkesztés

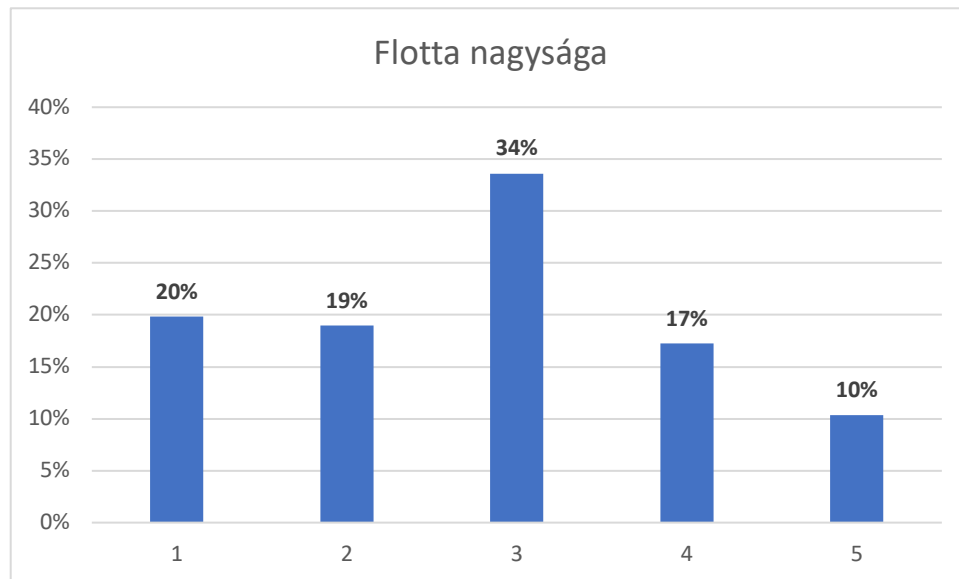
Az igénybevétel egyszerűsége, tehát az applikáció könnyű használata, a regisztráció gördülékenysége a megkérdezettek 38%-ának közepesen fontos. Nagyon fontos 28%-nak, ahogy a 19.ábrán is látszik, 19%-nak semleges. A nem annyira és kicsit sem fontos válaszlehetőségekre a kitöltők 9 és 6%-a nyomott rá.



20. ábra: Szolgáltatás egyszerűségének fontossága a kitöltők számára
 Forrás: Saját szerkesztés

Ezekből az vonható le, hogy az applikáció és bérlés, fizetés egyszerűsége, kézenfekvősége ezen 116 ember számára inkább közepesen fontos, mintsem egyáltalán nem.

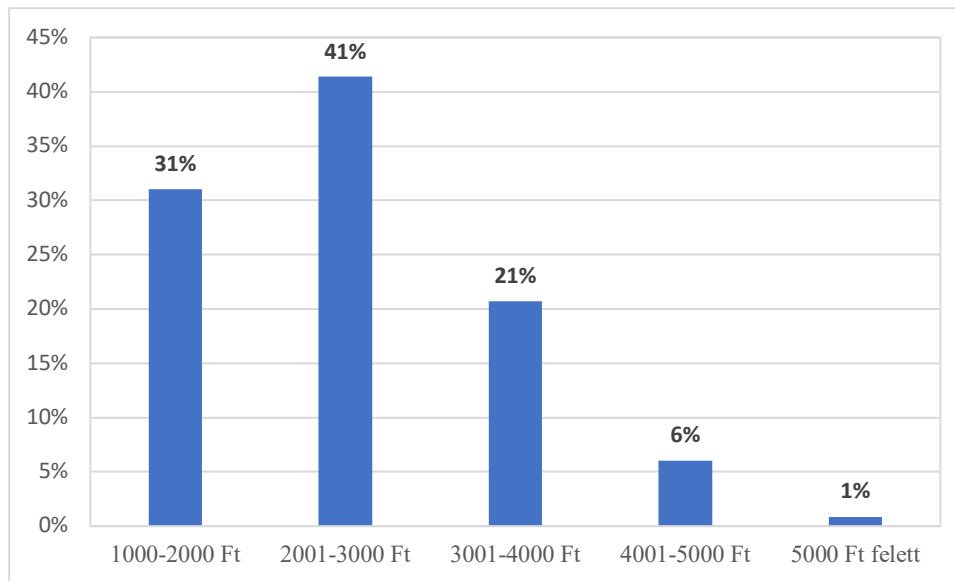
Végezetül ezt a kérdéskört a flotta nagyságával zártam le. A 20. ábrán látható, hogy cégválasztáskor a gépjárművek darabszáma a legtöbb válaszadó számára közömbös (34%). 20% kicsit sem tartja fontosnak, míg 19% nem annyira. Minimálisan lényegesnek a kitöltők 17%-a tartja, míg kardinális szempontnak 10%. Az autók típusához hasonlóan ez a faktor sem meghatározó a megkérdezettek körében szolgáltató választáskor.



21. ábra: Szolgáltatás gépjármű parkjának fontossága a kitöltők számára
Forrás: Saját szerkesztés

Utolsó kérdések között felmértem, hogy a válaszadók egy 30 perces carsharing útra maximum mekkora összeget lennének hajlandók kifizetni („Budapesten belül egy 30 perces carsharing útra maximum mekkora összeget lenne hajlandó elkölteni?”). A beérkezett válaszokból 41% 2001-3000 Ft között fizetne, 31% 1000 és 2000 Ft között. E mellett a megkérdezettek kicsivel

több, mint ötöde, 21%-a 3001-4000 Ft-ot szánna rá maximum, mialatt 6%-uk 4001-5000 Ft-ot. 5000 Forint fellett csak 1% fizetne. A kérdés eredményeit a 22. ábra is mutatja.

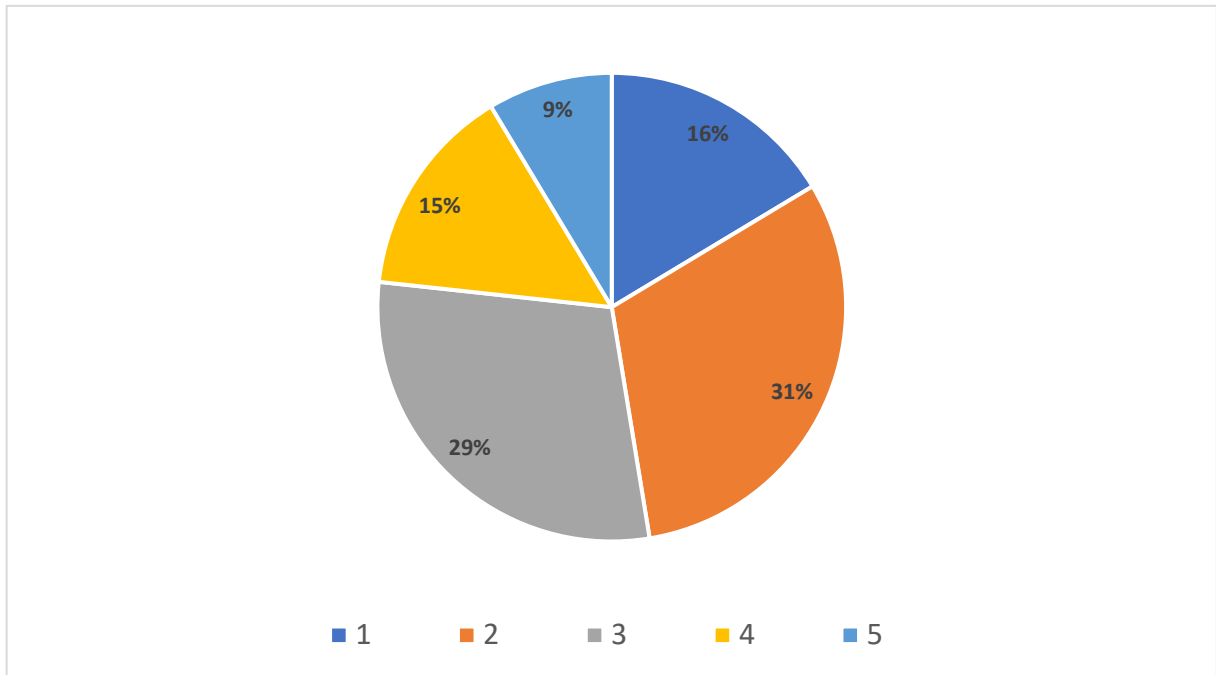


22. ábra: A kitöltők maximális anyagi ráfordítása egy 30 perces carsharing útra
Forrás: Saját szerkesztés

Az utolsó kettő árkatégória közel mozog a taxiköltségeihez, ekkora összeget a kitöltők kis része lenne csak hajlandó elkölteni egy ilyen útra. 3000 Ft körül lenne a számla a percdíjas carsharing bérlés esetében, ami a kitöltők ötödének elfogadható, a kitöltők legnagyobb részének pedig nem áll messze ettől a válasza, így lehet, hogy ez a csoport is hajlandó lenne ennyit áldozni a szolgáltatásra. Forgalomtól és napszaktól függően az 1000-2000 Ft-os kategóriába eshet a kilométer alapú kölcsönzés is, ami a kitöltők egyharmadának lenne megfelelő.

Zárásként az érdekelt, hogy ha szolgáltatás kapcsolás során kapnak kedvezményt a válaszadók, élnének e vele. Kérdésemben példaként erre a BKV bérletet hoztam fel, amelyet a következőképpen tettem fel: „Ha egy másik szolgáltatás vagy termék mellé kapna carsharing kedvezményt (pl.: Havi BKV bérlet vásárlásakor, 30 napig 5%-os kedvezményt kapna a

percdíjakra), mennyire lenne hajlandó ezt kihasználni?”. A 23. ábrán a válaszok megoszlását illusztráltam, ezen az látható, hogy a kitöltők 31%-a nem lenne annyira nyitott ennek a lehetőségnek a felhasználására. A megkérdezettek 29%-ban semlegesek lennének, míg 16%-ban egyáltalán nem érdekelné őket. A 15%-ukat csak kicsit érdekelné, 9%-ukat pedig nagyon.



23. ábra: Szolgáltatás csatolásról alkotott vélemények
Forrás: Saját szerkesztés

Azok, akik nem élnének ezzel a lehetőséggel, tehát az 1-es vagy 2-es választ jelölték nagy részben még nem próbálták a szolgáltatási formát, ők a csoporton belüli 76%-os megoszlásban vannak jelen. A skála másik végét vizsgálva hasonló arányt kapunk, itt a kategória 70%-a nem használt még carsharing-et soha. Ezekből kiindulva a megkérdezetteket nem lehetne ösztönözni más termékhez kapcsolt autómegosztás kedvezménnyel, még azoknál sem feltétlen mondható el, akik már kipróbálták azt.

6 ÖSSZEFOGLALÁS

6.1 Következtetések

Dolgozatom ezen részében a primer kutatási eredményeket összegzem, majd értékelem.

Az eredményekből az látszik, hogy a szolgáltatásról való értesülések terén az utcai carsharing autó felmatriázása volt a leghatékonyabb, a kérdőívet kitöltők főképp az utcán, felmatriázott (bérelhető) autók miatt találkoztak először a carsharing-gel. Ismerősökkel való beszélgetések során is sok ember ismerkedett meg a szolgáltatással, de a kitöltők ötöde nem is hallott még az autómegosztásról. Az iparági szereplők az online téreben is jelen vannak, ami a kitöltők elérésében is látszott.

Összeségében az elmondható, hogy a kitöltők viszonylag csak kis része használt már carsharing-et. A használók nagyrésze 18-25 év közti volt, és ez a korcsoport is volt a legnagyobb létszámban a válaszolók között. A magyarországi autómegosztás egyik legtöbbit használó csoportja a 20-as, 30-as korosztály, ami a kérdőívemben is látszott, hisz második legnagyobb eloszlásban a válaszolók között, ehhez a csoportokhoz tartozók használnak vagy használtak már ezt a szolgáltatási formát (26-35 és 36-45).

A kitöltők azon része, akik használtak már carsharing-et, nem mondható olyan elkötelezettnek márkákhoz, hiszen csak 5%-nak van havi előfizetése valamely cégnél. Természetesen ez nem feltétlen azt jelenti, hogy ne használnák rendszeresen a szolgáltatást.

Területi hasznátság terén inkább a külváros és belváros közti közeledés volt a legnépszerűbb, de reptéri transzferekre sem mondható, hogy a megkérdezettek feleslegesnek tartanák.

Felhasználást említve az éves rendszeresség mondható el, azok körében, akik használnak carsharing-et. A havi és heti rendszerességgel használók körében az előfizetők aránya viszonylag nagy volt. Az utóbbi 100%-át lefedik, míg előbbinek nagyjából negyedét. Tehát az autómegosztást havi szinten használók inkább nem rendelkeznek havi előfizetéssel, ami arra enged következtetni, hogy 30 napon belül alacsony a használat gyakorisága.

Amikor a cafeteria került szóba meglepően magas volt a kipróbálásra való hajlandóság. Amennyiben a vállalatok megteremtik, annak lehetőségét, hogy a cafeteria-t negyedéves vagy féléves szinten lehet változtatni, a kitöltők közel fele nyitott a carsharing keretre, míg egyharmada nem. A válaszadók 25% akár még hosszú távon is nyitott a lehetőségre.

Ahogy az a szekunder és primer kutatásban is látszott, a privát autók használata a legnépszerűbb. A kitöltők sokszor tömegközlekedést is preferálják, amivel a carsharing-et is jól lehet kombinálni.

Szolgáltató választáskor az ár a leginkább mérvadó, de a zónák területi lefedettsége is fontos a válaszadóknál, ami a vállalatok területi növekedését is indokolja, támogatja. Az előzetesen vártakkal ellentétben a flotta nagysága és az autók típusa nem kardinális sajátosság. Ebből kiindulva a használók nem feltétlen mindig ugyanazokat a típusokat keresik, mint amihez hozzá vannak szokva.

Az árak tekintetében a carsharing cégek nincsenek messze a kitöltők elgondolásától. Így azok az árak, amikkel a vállalatok dolgoznak a felhasználók számára elfogadhatóak, nem túlzóak.

6.2 Javaslato

Dolgozatom lezárásaként javaslatot teszek a kutatásom eredményéből levont konklúziókból, arra vonatkozóan, hogy a Mol Limo, hogyan tudná a szolgáltatás nagyobb igénybevételét ösztönözni.

Elsődlegesen az ismertséget kéne növelni a vállalatnak, ezt a járművek jobb felmatricázottságával lehetne elérni, hisz sokan először, úgy ismerkedtek meg a szolgáltatási formával, hogy az utcán láttak ilyen autót. A nagyobb matricákhoz feliratokat is lehetne helyezni, ami a carsharing vagy autómegosztás szavakat is tartalmazza, hogy az emberek jobban összekössék az autókat a szolgáltatás megnevezéssel. Véleményem szerint ez nemcsak az iparágnak, de a Mol Limo-nak is segítene.

Továbbá a tömegközlekedési eszközökön, metró- villamosmegállóban out-of-home kampány segítségével reprezentálni lehetne, hogy milyen árral is dolgozik a Limo. Elsődlegesen arra gondolok, hogy a kampány azt üzenné, hogy egy adott szakasz megtétele a vállalattal mekkora összegbe kerülne, így például a Blaha Lujza tér és Déli pályaudvar közti távolság költsége a 2-es metróon releváns lehet. „Tudtad, hogy a Blaha - Déli közti távot Mol Limo-val x Ft-ért meg tudnád tenni?” felirat az egyik alternatíva lehet, a szöveg olyan fiatalos és vidám, mint ahogy azt a vállalat a weboldalán is képviseli. Ezzel a fogyasztó már könnyebben tud tájékozódni a díjazásról és könnyebben tud döntést hozni a közlekedési eszköz megválasztásakor. El tudom képzelni ezt olyan helyzetben is, ahol tömegközlekedés során, a fent említett plakátok által nyújtott információ hatására, gondolkozik el a szolgáltatás igénybevételéről a fogyasztó és

emiatt az olyan útját, ahol sok tömegközlekedési eszközt kell kombinálnia, bizonyos vagy teljes szakaszát inkább a Mol Limo-val teszi meg.

A külvárosi zónák szélesítése is előnyös a fogyasztók szélesebb körű eléréseben. A kérdőíves kutatás során is az látszott, hogy a külváros és belváros közti kapcsolat carsharing használatokor jelentős. A zónák növelése olyan területeken, ahol nincs más szolgáltató kedvező lehet, nagyobb kerületekben. E mellett meglátásom szerint a Mol csoport adottságait is ki lehetne használni. A legtöbb külső budapesti kerületben sok Mol kút található meg, ezek sok esetben parkolókkal és nagy beton placcal rendelkeznek. Az ilyen kutakon egy vagy akár kettő carsharing autó számára kialakított parkolót lehetne biztosítani. Ezzel a módszerrel nem feltétlen kellene nagy külvárosi zónákat létrehozni, de még így is a forgalmasabb utak mellett lennének az autók. Továbbá az gépjárművek töltése és tankolása is könnyebben megoldható lenne.

Végezetül a rendszeres felhasználás, elkötelezettséget kéne növelni. Ezt a Mol Move mintája alapján valósítanám meg. A felhasználók a leutazott kilométerek után gyűjthetnék a pontokat, és egy bizonyos mennyiséget elérve kedvezményesen utazhatnak. Ez a pontgyűjtést ugyanúgy kategóriákba lehetne sorolni például: „Standard”, „Pro”, „Pro+”. Az alapszinttől kezdve emelkedne a kedvezmény mértéke és persze a szükséges összeggyűjtendő pontok mértéke. A „Standard” csoportban 5-10% között lehetne adni kedvezményt, míg a „Pro+”-ban akár ingyenesen leutazható kilométereket is.

7 SZAKIRODALMI JEGYZÉK

- Jászberényi M.- Munkácsy A. (2018): Közlekedés, Mobilitás, Turizmus, Akadémia Kiadó
https://mersz.hu/dokumentum/dj316kmt__1
- bkv.hu (2024): A BKV története
<https://www.bkv.hu/hu/content/a-bkv-tortenete>
Letöltés dátuma: 2024.02.23
- bkk.hu (2024): Budapestrend – 2023. évi összefoglaló közlekedési riport
<https://bkk.hu/downloads/23913/>
Letöltés dátuma: 2024.02.23
- ksh.hu (2021): Légszennyező anyagok és üvegházhatású gázok kibocsátása [ezer tonna]
https://www.ksh.hu/stadat_files/kor/hu/kor0017.html
Letöltés dátuma: 2024.03.19
- Fehér könyv (2011): Útiterv az egységes európai közlekedési térség megvalósításához – Úton egy versenyképes és erőforrás-hatékony közlekedési rendszer felé
<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0144:FIN:hu:PDF>
Letöltés dátuma: 2024.03.19
- CREA (2023): The toll of fossil fuel airpollution: A case for clean transportation
<https://energyandcleanair.org/publication/the-toll-of-fossil-fuel-air-pollution-a-case-for-clean-transportation/>
Letöltés dátuma:2024.03.21
- ksh.hu (2024): A lakónépesség nem, vármegye és régió szerint, január 1.
https://www.ksh.hu/stadat_files/nep/hu/nep0034.html
Letöltés dátuma: 2024.03.21
- ksh.hu (2024): A közúti gépjárművek száma vármegye és régió szerint, december 31.
https://www.ksh.hu/stadat_files/sza/hu/sza0040.html
Letöltés dátuma: 2024.03.21
- inrix.com (2023): INRIX 2022 Global Traffic Scorecard
<https://inrix.com/scorecard/>
Letöltés dátuma: 2024.03.21
- carsharing.com (2024): What is carsharing?

<https://carsharing.org/what-is-car-sharing/>.

Letöltés dátuma: 2024.03.29

- portfolio.hu (2023): Kiderült, mikor a legnagyobb a carsharing cégek forgalma Budapesten

<https://www.portfolio.hu/uzlet/20231215/kiderult-mikor-a-legnagyobb-a-carsharing-cegek-forgalma-budapesten-657627>

Letöltés dátuma: 2024.04.15

- index.hu (2023): Üstökösként hasít, az autóvásárlás hosszú távú alternatívája lehet

<https://index.hu/gazdasag/2023/04/26/auto-automegoszto-carsharing-autoberles-mol-limo-sharenow-greengo/>

Letöltés ideje: 2024. 04.25

- bkk.hu (2019): BMT 2030 – III. Stratégiai Környezeti Vizsgálat 2019

<https://bkk.hu/downloads/5929/>

Letöltés dátuma: 2024.03.17

- F. Schulte - S. Voß (2015): Decision Support for Environmental-friendly Vehicle Relocations in Free- Floating Car Sharing Systems: The Case of Car2go

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827115001663>

Letöltés dátuma: 2024.02.12

- jovomobilitasa.hu (2023): Egyre többeknek éri meg saját autó helyett carsharing megoldásokat használni

<https://www.jovomobilitasa.hu/egyre-tobbeknek-eri-meg>

Letöltés dátuma: 2024.02.28

- Töröcsik M. (2011): Fogyasztói Magatartás- Insight, trendek, vásárlók, Akadémia Kiadó

- P. Fisk (2024): Megatrends 2020-2030 BY Peter Fisk

<https://www.peterfisk.com/vault-entry/megatrends-2020-2030-by-peter-fisk/>

Letöltés dátuma: 2024.04.10

- European Commission (2024): Support schemes for renewable energy

https://energy.ec.europa.eu/topics/renewable-energy/financing/support-schemes-renewable-energy_en

Letöltés dátuma: 2024.04.10

- Eurostat (2020): Majority commuted less than 30 Minutes in 2019

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20201021-2?inheritRedirect=true&redirect=%2Feurostat%2Fhome%3F>

Letöltés dátuma: 2024.03.17

- J. Nadal – J. Molina – J. Velilla (2022): Trends in commuting time of European workers: A cross-country analysis

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967070X21003693?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=87678b771ed7c1be#bib23

Letöltés dátuma: 2024.03.17

- jelbi.com (2024): The movement movement

<https://www.jelbi.de/en/jelbi-stations/>

Letöltés dátuma: 2024.04.02

- wienerlinien.at (2024): WienMobil – the app for all routes in Vienna

<https://www.wien.info/en/travel-info/transport/wienmobil-365934>

Letöltés dátuma: 2024.04.02

- fleeteurope.com(2017): Germany enacts car-sharing law

<https://www.fleeteurope.com/en/smart-mobility//article/germany-enacts-car-sharing-law?a=FJA05&t%5B0%5D=Shared%20car&curl=1>

Letöltés dátuma: 2024.04.02

- Rekettye G. – Törőcsik M. – Hetesi E. (2022): Bevezetés a marketingbe

<https://mersz.hu/kiadvany/998>

Letöltés dátuma: 2024.02.28

- ksh.com (2023): A lakónépesség nem, vármegye és régió szerint, január 1.

https://www.ksh.hu/stadat_files/nep/hu/nep0034.html

Letöltés dátuma: 2024.02.28

- demografia.hu (2024): Öregedési Index

<https://demografia.hu/hu/tudastar/fogalomtar/18-oregedesi-index>

Letöltés dátuma:2024.02.28

- P. Kotler – K. Keller (2008): Marketingmenedzsment, Akadémia Kiadó

- ksh.hu (2023): Gazdasági folyamatok- Kutatás-fejlesztés

<https://ksh.hu/s/helyzetkep-2022/#/kiadvany/kutatas-fejlesztes/kf-raforditasok-az-egyres-tudomanyteruleteken-2022>

Letöltés dátuma: 2024.03.05

- ksh.hu (2024): Gyorstájékoztatók- Fogyasztói árak

<https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/#/hu/document/far2401>

Letöltés dátuma: 2024.03.05

- ksh.hu (2024): Gyorstájékoztatók- Fogyasztói árak, 2023. december, 2023. év

<https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/far/far2312.html>

Letöltés dátuma: 2024.03.05

- ksh.hu (2024): Gyorstájékoztatók- Keresetek

<https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok#/hu/document/ker2401>

Letöltés dátuma: 2024.03.05

- hold.hu (2024): Szén-dioxid kvóta

<https://hold.hu/lexikon/szen-dioxid-kvota-fogalma-lenyege/>

Letöltés dátuma: 2024.03.13.

- Európai Parlament (2023): Az EU 2035-től tiltja sz új benzines és dízelautók értékesítését

<https://www.europarl.europa.eu/topics/hu/article/20221019STO44572/az-eu-2035-tol-tiltja-az-uj-benzines-es-dizelautok-ertekesiteset>

Letöltés dátuma: 2024.03.16.

- engadget.com (2023): Stockholm bans most combustion engine cars from its city center

https://www.engadget.com/stockholm-bans-most-combustion-engine-cars-from-its-city-center-173240306.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAErTzBR9pize0fPRJ2ZjtoyWAX6eswz81HwLMBzsQ2nFqeqT8Xzx6Y6XwV-1A-jZchTwgdJo6wA3g3q97EpDF7VRLC1gIIAJFNaJ-pwgjPwOTLLI0bu64vVDinJx92AkVrCTn2UPbdUWevI5qN_YlrWujLDAPDBNXHibrNacBmZP

Letöltés dátuma: 2024.03.16

- jovomobilitasa.hu (2019): Hazai Elektromobilitási Stratégia - Jedlik Ányos Terv 2.0

https://www.jovomobilitasa.hu/_upload/editor/Strategiak/Hazai_elektromobilitasi_strategia.pdf

Letöltés dátuma: 2024.03.16

- mekh.hu (2023): 2022 végén 2147 nyilvános elektromos töltőberendezés működött az országban

<https://www.mekh.hu/2022-vegen-2147-nyilvanos-elektromos-toltoberendezes-mukodott-az-orszagban>

Letöltés dátuma: 2024.03.16

- jovomobilitasa.hu (2024): Óriási átalakulásban közlekedési szokásaink – 25-30 százalékkal használták tavaly a megosztott autókat

<https://www.jovomobilitasa.hu/oriasi-atalakulasban-kozlekedesi-szokasaink-25-30-szazalekkal-tobben-hasznaltak-tavaly-a-megosztott-autokat>

Letöltés dátuma: 2024.03.24

- greengo.com: A GreenGo flotta

<https://greengo.com/hu/flotta>

Letöltés dátuma: 2024.04.30

- Index.hu (2024): Hasít a GreenGo és most nagyot dobbantottak

<https://index.hu/gazdasag/2024/03/05/greengo-carsharing-automegoszto-fenntarthato-kozlekedes-elektromos-auto/>

Letöltés dátuma: 2024.04.06

- onbrands.hu (2019): A világ legnagyobb car-sharing szolgáltatója jön létre

<https://onbrands.hu/marka-es-trend/2019/11/uzlet-piac/a-vilag-legnagyobb-car-sharing-szolgáltatoja-jon-letre-share-now>

Letöltés dátuma: 2024.04.06

- hvg.hu (2023): Vége a Share Now autómegosztónak, de itt a Wigo

https://hvg.hu/cegauto/20231019_Vege_a_Share_Now_automegosztonak_de_itt_a_Wigo

Letöltés dátuma: 2024.04.06

- Józsa L. (2014): Marketingstratégia- A tervezés gyakorlata és elmélete, Akadémia kiadó

- telex.hu (2023): Aranykort vártak, de még nem váltotta meg a világot a közautózás Budapesten

<https://telex.hu/belfold/2023/04/08/aranykort-vartak-de-meg-nem-valtotta-meg-a-vilagot-a-kozautozas-budapesten>

Letöltés dátuma: 2024.04.08

- ksh.hu (2024): Gyorstájékoztatók- Fogyasztói árak

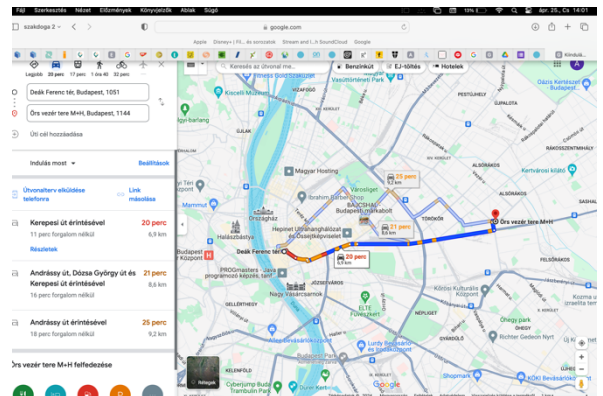
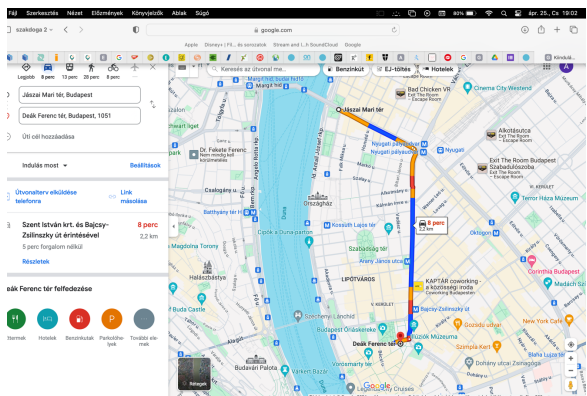
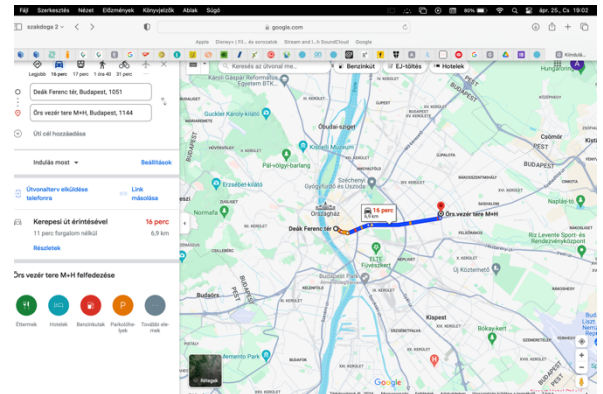
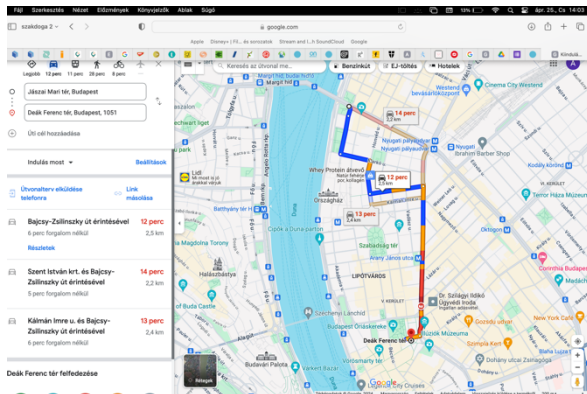
<https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/#/hu/document/far2403>

Letöltés dátuma: 2024.04.08

8 MELLÉKLETEK

I. Számú melléklet

Ár összehasonlításhoz készített útvonalak



II. Számú Melléklet

Primer kutatás kérdéseinek leirata

- Honnan hallott erről a szolgáltatási formáról?
 - TV reklámból
 - Utcai plakátról
 - Ismerőstől
 - Internetes reklámból
 - Még nem hallottam róla
 - Találkoztam az utcán ilyen autóval
- Ön használt már autómegosztó szolgáltatást?
 - Igen
 - Nem
- Önnek van havi előfizetése bármelyik szolgáltatónál (Mol Limo, Wigo, GreenGo)?
 - Igen
 - Nem
- Ön a város mely részein használja/használná az autómegosztást?
 - Belvárosban
 - Külvárosból belvárosba vagy belvárosból külvárosba
 - Külvárosban
 - Városból reptérre vagy reptérről városba
- Milyen célból vette/venné igénybe a carsharing-et?
 - Városi közlekedésre
 - Reptéri vagy vonatállomási transzferre
 - Nagy bevásárlásra
 - Vidéki utazásra
- Milyen rendszerességgel használ autómegosztó szolgáltatást?
 - Évente
 - Havonta
 - Hetente
 - Nem használlok
- Ha választható cafeteria elemként kapna havi felhasználható carsharing keretet a munkáltatójától, igénybe venné?

- Igen
- Nem
- Negyed- vagy féléves távon kipróbálnám
- Az alábbiak közül kérem jelölje be azt a szolgáltatást, amit legszívesebben igénybe venne városi közlekedés során
 - Tömegközlekedés
 - Bérelhető rollerek/biciklik
 - Autómegosztás
 - Saját autó
 - Taxi
 - Az első három kombinációja
- Amennyiben Ön használt már carsharing szolgáltatást, milyen szempontok mentén választott szolgáltatót? Amennyiben még nem vett igénybe, mely szempontok mentén választana? 1= nem olyan fontos, 5= nagyon fontos
 - Ár
 - Területi lefedettség
 - Igénybevétel egyszerűsége
 - Flotta nagysága
- Budapesten belül egy 30 perces carsharing útra maximum mekkora összeget lenne hajlandó elkölteni?
 - 1000-2000 Ft
 - 2001-3000 Ft
 - 3001-4000 Ft
 - 4001-5000 Ft
 - 5000 Ft felett
- Ha egy másik szolgáltatás vagy termék mellé kapna carsharing kedvezményt (pl.: Havi BKV bérlet vásárlásakor, 30 napig 5%-os kedvezményt kapna a percdíjakra), mennyire lenne hajlandó ezt kihasználni?
 - 1-5 skála
- Mi az Ön nem?
 - Nő
 - Férfi
- Melyik korcsoportba tartozik?

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 55 fellett
- Ön hová sorolná be magát jövedelem szerint?
 - Átlagos
 - Átlagon felüli
 - Átlagon aluli