

SZAKDOLGOZAT

A fenntartható közlekedés jövője - carsharing Magyarországon

Szabó Zóra Anna
2025

BUDAPESTI GAZDASÁGTUDOMÁNYI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
Nemzetközi Gazdálkodás Szak
Nappali munkarend
Nemzetközi üzletfejlesztés specializáció

A FENNTARTHATÓ KÖZLEKEDÉS JÖVŐJE - CARSHARING
MAGYARORSZÁGON

Belső konzulens: Lisányi Endréné Dr. habil Beke Judit

Készítette: Szabó Zóra Anna

Budapest 2025

NYILATKOZAT

Alulírott Szabó Zoltán Anna 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, 2021 év 04 hónap 18 nap

Szabó Zoltán Anna

hallgató aláírása

TARTALOM

1. Bevezetés	7
2. A közlekedés szerepe és hatásai	8
2.1. Társadalmi hatásai	9
2.2. Környezeti hatásai.....	10
2.3. Gazdasági hatásai.....	10
3. Fenntartható fejlődés története	11
3.1. Fenntartható közlekedés.....	13
3.2. Megoldások a fenntartható közlekedésre.....	13
4. Megosztáson alapuló gazdaság.....	14
4.1. Megosztáson alapuló gazdaság definíciójának megosztottsága és elterjedése	15
4.2. Megosztáson alapuló gazdasági modellek.....	17
4.2.1. Peer-to-Peer (P2P) Megosztás	17
4.2.2. Közösségi Finanszírozás	18
4.2.3. Szolgáltatás Megosztás	18
4.2.4. Közösségi Közlekedés	19
4.2.5. Közösségi Piacok.....	19
5. Car sharing.....	20
5.1. Autómegosztók elterjedése Európában.....	20
5.2. Autómegosztók elterjedése Észak-Amerikában és Ázsiában	22
5.3. Az első autómegosztók felépítése.....	26
5.4. Autómegosztók napjainkban.....	27
5.5. A car sharing célcsoportja.....	28
5.6. A car sharing üzleti modellje	33
5.7. Car sharing hatása az autópiacon	35
5.8. A közösségi közlekedés magyarországi helyzete	36

6.	Primer Kutatás	38
6.1.	Kérdőív eredmények	39
7.	A hazai car sharing szolgáltatók	41
7.1.	MOL Limo	41
7.1.1.	A MOL Limo üzleti vászon modellje	44
7.1.2.	MOL Limo módszertani elemzés	46
7.2.	GreenGo	46
7.2.1.	A GreenGo üzleti vászon modellje	49
7.2.2.	GreenGo módszertani elemzés	51
7.3.	Wigo	51
7.3.1.	A Wigo üzleti vászon modellje	54
7.3.2.	Wigo módszertani elemzés	55
8.	Versenytársak összehasonlítása	56
9.	Összegzés	57
10.	Irodalomjegyzék	60

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Mol Limo díjai előfizetés nélkül	43
2. táblázat: GreenGo díjai előfizetés nélküli.....	48
3. Táblázat: Wigo díjai előfizetés nélkül	53

Ábrajegyzék

1. ábra: Több, mint 80 000 megosztott autó volt forgalomban 2015-ben	27
2. ábra: Generációs megoszlás a kérdőív kitöltők között	32
3. ábra: Korosztályi megoszlás a kérdőív kitöltők között.....	40
4. ábra: Demográfiai eloszlás a kérdőív kitöltők között	40
5. ábra: A kitöltők miért használnak autómegosztó szolgáltatást?	41
6. ábra: A kitöltők melyik szolgáltatót használják a leggyakrabban	41
7. ábra: MOL Limo foglalható autói.....	42
8. ábra: A MOL Limo üzleti vászon modellje	44
9. ábra: A kitöltők elégedettsége a MOL Limo szolgáltatóval szemben	46
10. ábra: GreenGo foglalható autói.....	47
11. ábra: A GreenGo üzleti vászon modellje	49
12. ábra: A kitöltők elégedettsége a GreenGo szolgáltatóval szemben	51
13. ábra: A Wigo foglalható autói.....	52
14. ábra: A Wigo üzleti vászon modellje.....	54
15. ábra: A kitöltők elégedettsége a Wigo szolgáltatóval szemben.....	55
16. ábra: Válaszok megoszlása	57

1. BEVEZETÉS

Sosem vonzott a vezetés. A középiskolás évek alatt, amikor az osztálytársaim sorra szerezték meg a „B” kategóriás jogosítványt, én nem éreztem magam motiváltnak, hogy hasonló lépéseket tegyek. Azonban az idő múlásával a vezetés iránti véleményem megváltozott, ma már úgy gondolom, hogy a jogosítvány megszerzése jelentős szabadságot és függetlenséget biztosít. Ezért tavaly nyáron elhatároztam, hogy megteszem az első lépéseket a jogosítvány megszerzése felé, ez arra készítetett, hogy elgondolkodjak a friss jogosítvánnyal rendelkező fiatalok előtt álló lehetőségeken. Mivel a saját autó vásárlása sokak számára anyagilag megterhelő lehet, fontos felvetni a kérdést, hogy milyen alternatívák állnak rendelkezésre a vezetési készségek gyakorlására, hogy az eddig elért eredmények ne vesszenek kárba.

Így hallottam először a MOL Limo, a GreenGo és a Wigo szolgáltatókról, melyek pont választ adtak a kérdéseimre. A három szolgáltató hasonló koncepción alapul, amely a rövid távú autóbérlés kedvező áron történő lehetőségét kínálja. Ez különösen előnyös azok számára, akik különböző okokból kifolyólag nem kívánnak saját autót vásárolni, vagy napi szinten nincs szükségük járműre, de időnként mégis jól jönne, ha lenne kéznél egy autó.

Szakdolgozatomban a carsharing, azaz az autómegosztás témáját szeretném alaposan feltérképezni, különös figyelmet fordítva a hazai helyzetre. A dolgozatomban első szakaszában megvizsgálom, hogy a közlekedésnek milyen társadalmi, gazdasági, és környezeti szerepe, illetve hatásai vannak. Végül, a dolgozat központi részében részletesen bemutatom a carsharing történetét és a különböző üzleti modelleket. Külön hangsúlyt fektetek a Magyarországon működő carsharing szolgáltatókra, bemutatva azok működését, elterjedtségét, felhasználói bázisát és a szolgáltatásaik sajátosságait. Elemzem a hazai carsharing piac helyzetét, a növekedési potenciált és az esetleges akadályokat.

Célom, egy átfogó összehasonlítás a magyar piacon elérhető autómegosztó szolgáltatók között. Ennek érdekében részletesen feltérképezem az erősségeiket és gyengeségeiket, hogy pontosabb képet kapjak arról, hogy melyik szolgáltató milyen igényekre nyújtja a legjobb megoldást. A dolgozatomban fő kérdése, hogy feltárjam a különbségeket a három szolgáltató között. Ennek a megválaszolásához kettő módszert választottam: először a szolgáltatók üzleti vázlat modelljének az elemzésével próbálom meg feltérképezni a működésüket. Másrészt az általam készített primer kutatásom eredményéből szeretnék képet kapni a felhasználók elégedettségéről

és tapasztalatairól. A két kutatás összességével egy komplex képet fogok kapni a szolgáltatókkal kapcsolatban.

Előzetes megállapításom szerint a hazai carsharing szolgáltatók üzleti modelljei jelentős hasonlóságot mutat, mivel mind a megosztáson alapuló gazdaság keretein belül működnek. Ebből kifolyólag számos közös vonás figyelhető meg, míg az eltérések száma korlátozott. Ugyanakkor véleményem szerint a fontos, hogy a szolgáltatók több egyedi elemet vezessenek be például, egyedi árazási megoldásokat vagy extra szolgáltatásokat. Ezekkel jobban kitudnék magukat emelni a versenytársak közül, mellyel nem csak versenyelőnyre tehetnének szert, de a felhasználó számára is előnyt jelentene.

2. A KÖZLEKEDÉS SZEREPE ÉS HATÁSAI

A közlekedés a mindennapjaink része. Lehetővé teszi áruk és emberek szállítását nap mint nap. Jelenleg számos alternatíva áll rendelkezésünkre, amelyek lehetővé teszik számunkra, hogy egyik helyről eljussunk a másikra és mindegyiknek megvannak a maga egyedi előnyei. Ezek a lehetőségek a hagyományos közlekedési eszközöktől, mint például a buszok és vonatok, egészen az olyan modernebb megoldásokig terjednek, mint a megosztó szolgáltatások és az elektromos robogók, amelyek nagy népszerűsége tette szert a városi környezetben. Mindezek mellett a technológia fejlődése innovatív közlekedési módok megjelenéséhez vezetett, beleértve az önvezető járműveket és a gyorsított, illetve a gyorsvonatokat, amelyek az utazási idő jelentős csökkentéséhez, illetve kényelmesebb utazási élményekhez vezettek.

Ugyanakkor nem szabad elfeledkezni arról sem, hogy mint minden ennek is két oldala van, vagyis vannak nemkívánatos következményei is a közlekedés innovációinak, amelyek nem csupán a technológiai fejlődés eredményeként válnak láthatóvá, hanem társadalmi, gazdasági és környezeti vonatkozásban is. Például a modern közlekedési rendszerek, amelyek előnyöket kínálnak a gyorsabb és kényelmesebb utazásra, gyakran hozzájárulnak a városi forgalom növekedéséhez, ami a légszennyezés fokozódásához és a közlekedési balesetek gyakoriságához vezethet. Ezen túlmenően, az új közlekedési technológiák, mint például az elektromos járművek elterjedése, ugyan csökkentik a fosszilis tüzelőanyagok használatát és a szén-dioxid-kibocsátást, de ezzel szemben új kihívásokat is teremtenek, mint például az akkumulátorok gyártásának környezeti hatásai és a megfelelő újrahasznosítás kérdései.

Mindemellett, a közlekedési innovációk társadalmi egyenlőtlenségeket is fokozhatnak, hiszen nem mindenki fér hozzá egyenlő arányban az új technológiákhoz, és a gazdasági helyzetük miatt sokan lemaradhatnak a korszerű közlekedési lehetőségekről. Ezért elengedhetetlen, hogy a közlekedési innovációkat átfogó, holisztikus megközelítéssel vizsgáljuk, figyelembe véve a potenciális hátrányokat is, hogy a jövő közlekedési rendszerei valóban fenntarthatóak és igazságosak legyenek mindenki számára.

A Világbank három elemet emelt ki, melyre a közlekedés jelentős hatást gyakorol már a kezdetek óta. (World Bank, 1996) Továbbiakban az fogom kifejteni, hogy hogyan hat a közlekedés erre a három tényezőre.

2.1. Társadalmi hatásai

A közlekedés hatása a társadalomra egy eléggé sokrétű téma, hiszen mint mindennek ennek is vannak pozitív és negatív hatásai. Az embereket összeköti a közlekedés, nemcsak a munkába járás céljából, hanem a személyes interakciókat is megkönnyíti, például a barátok és a család meglátogatását. Emellett a tudományos és a gazdasági fejlődéshez is hozzájárul azáltal, hogy megteremti a különböző társadalmi csoportok közötti kapcsolatot. (Simongáti, 2009)

Legnagyobb negatív következmények közé sorolandó az elkényelmesedés, az ingázás megjelenése, a balesetek, valamint a korlátozott hozzáférhetőség. A 19. század végén megjelentek az első benzinmotoros autóbuszok majd nem sokkal később a személyautók is. (Kövesné Gilicze, et al., 2011) Ezáltal az emberek kevesebbet mozogtak, ami a mostani társadalomra is igaz, ez viszont nem tesz jót az egészségünknek. Megjelent az ingázás is, mely nem csak a költségvetésre és a mentális egészségre gyakorol hatást, de gyengíti a társadalmi összetartozást is. Az egyik legjelentősebb probléma viszont a közlekedési balesetekben rejlik, évente körülbelül fél millió ember veszti életét világszerte közúti balesetekben. (Kövesné Gilicze, et al., 2011)

Ugyanakkor a legnagyobb probléma a közlekedési lehetőségek korlátozottságában rejlik, különösen a vidéki és az elmaradott területeken. A megfelelő közlekedési szolgáltatásokhoz való hozzáférés hiánya hátrányos helyzetbe hozza az embereket, mivel akadályozza az információhoz való hozzáférést, ezért nehezen jutnak el munkalehetőségekhez, egészségügyi szolgáltatásokhoz és oktatási intézményekhez. (Wolters, 2024)

2.2. Környezeti hatásai

A közlekedés környezeti hatásai napjaink egyik legégetőbb kérdése. Mivel a közlekedési eszközök nagy része nem megújuló energiaforrásokat használ, ezért rendkívül nagy mértékű a károsanyag kibocsátásuk. A közlekedési szektor, ezen belül a közlekedési eszközök az egyik legnagyobb szén-dioxid kibocsátók, mellyel hozzájárulnak a globális felmelegedéshez. (ZoldHonlap, 2023)

Ezen túlmenően a levegőszennyezés, a vízszennyezés és a zajszennyezés is jelentős problémát jelent, amely nemcsak az emberi egészségre van káros hatással, hanem a bolygónk egészére is komoly veszélyt jelent. (EurópaiParlament, 2020)

Ezeknek a környezeti problémáknak messzemenő következményei vannak, például a légszennyezés hozzájárul a légzőszervi megbetegedésekhez, a szív- és érrendszeri problémákhoz és még sok más egészségügyi problémához a lakosság körében világszerte. (Bán, et al., 2024)

A vízszennyezés viszont a létfontosságú édesvízkészleteket szennyezi, ami hatással van az ivóvízkészletekre és a vízi ökoszisztémákra, amelyek számtalan faj túléléséhez elengedhetetlenek. (Bán, et al., 2024)

A zajszennyezés megzavarja a vadon élő állatok természetes viselkedését, ami stresszhez és tájékozódási zavarokhoz vezet különböző állatfajoknál. A szennyezés ezen formái együttesen járulnak hozzá a biológiai sokféleség csökkenéséhez, mivel számos faj küzd a gyorsan változó, az emberek által egyre inkább beszennyezett környezethez való alkalmazkodással.

2.3. Gazdasági hatásai

A közlekedés kulcsfontosságú bármely régió gazdasági növekedése és fejlődése szempontjából, mivel lehetővé teszi az áruk, szolgáltatások és emberek mozgását. Magyarországon a közlekedési ágazat körülbelül 6%-kal járul hozzá a GDP-hez, ami meghaladja az EU átlagát. (Ruppert, 2002. 04.18)

A közlekedési szektor fejlesztése nemcsak az emberek mobilitásának javításához járul hozzá, hanem a gazdaság versenyképességéhez is, mivel a jól kiépített infrastruktúra nem csak vonzza

a befektetéseket, hanem megkönnyíti az ipari és kereskedelmi tevékenységeket is. A szállítási költségek csökkentése és a hatékony logisztikai rendszerek kiépítése kedvező lehet cégek számára, melyek ezáltal közvetlenül növelik a foglalkoztatottak számát és a gazdasági fejlődést. Így az infrastruktúra fejlesztése nemcsak egyéni érdek, hanem a társadalom egészének jóléte is összhangban van ezzel, mivel hosszú távon fenntartható gazdasági növekedés várható. (Anon., 2010-2014) (Fleischer, 2003)

Mint ahogy azt látni lehet, a közlekedésnek sok negatív hatása van nem csupán az egészségünket illetően, de a környezetünket tekintve is, így egyre sürgetőbbé válik olyan megoldások keresése, melyekkel ezen negatív következmények csökkenthetőek. Pontosan emiatt jött létre a fenntartható fejlődés fogalma, melyhez szorosan kapcsolódik a fenntartható közlekedés, amiről a következő fejezetben lesz szó.

3. FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS TÖRTÉNETE

A fenntartható fejlődés kialakulása az egészen az 1970-es évekre nyúlik vissza. Ez az időszak jelentős változást jelentett a köztudatban, amikor a tudósok, aktivisták és aggódó polgárok kezdték felismerni az emberi tevékenység és bolygónk egészsége közötti kapcsolatot. Az első meghatározó pillanat az 1972-es stockholmi ENSZ Környezetvédelmi Világkonferencia volt, amit "Az Emberi Környezet ENSZ Konferenciája" néven is ismerünk.

A konferencián a résztvevő vezetők megfogalmazták és támogatták a „Nyilatkozat az emberi környezetről” című dokumentumot, amely 26 alapelvet tartalmaz, amelyek célja a sürgető globális környezeti problémák megoldásának elősegítése. Ez a dokumentum olyan keretként szolgál, amely nemcsak a fenntartható fejlődés sürgető szükségességével foglalkozik, hanem hangsúlyozza a környezetvédelem és az emberi jólét összekapcsolódását is. Az alapelvek kiemelik azokat az intézkedéseket és kötelezettségvállalásokat, amelyeket a nemzeteknek vállalniuk kell az éghajlatváltozás elleni küzdelem, a biológiai sokféleség megőrzése és az ökológiai integritás megőrzése érdekében. (Arcanum.com, 2024)

Ezt követően az 1987-ben megjelent Brundtland Jelentés volt az első olyan dokumentum, amely foglalkozott a fenntartható fejlődés fogalmával. Úgy határozta meg a fenntartható fejlődés definícióját, mint „a jelen szükségleteinek kielégítését anélkül, hogy veszélyeztetné a

jövő generációinak lehetőségét saját szükségleteik kielégítésére”. (Európai Környezeti Információs és Megfigyelő Háló, 2018)

Ezzel a Brundtland Jelentés a fenntarthatóságról szóló nemzetközi viták katalizátorává vált, befolyásolva a későbbi globális megállapodásokat olyan kérdésekben, mint az éghajlatváltozás, az erőforrások kimerülése és a társadalmi egyenlőtlenség.

Ezután az 1990-es évek közepén számos országban elkezdődtek olyan kezdeményezések, melynek célja a gazdasági növekedés és a környezetvédelmi érdekek összehangolása volt. Az 1992-es Rio de Janeiro-i Környezetvédelmi Világkonferencia újabb fontos lépést jelentett, ahol 172 ország képviselői írták alá a Fenntartható Fejlődés Agenda dokumentumait, ideértve három nemzetközi jogi szempontból nem kötelező érvényű egyezményt, a Rio Nyilatkozatot, amely felvázolja a fenntartható fejlődés alapvető elveit, az Agenda 21-et, ami egy átfogó cselekvési terv a fenntartható fejlődésért az egész világban és az Erdészeti Alapelvek Nyilatkozatát, mely a fenntartható erdőgazdálkodás fontosságát hangsúlyozza. Valamint, kettő nemzetközi jogi szempontból kötelező érvényű egyezményt, az Éghajlatváltozási Keretegyezményt, amely az éghajlatváltozás által fellépő globális kihívásokra próbál választ adni, és a Biológiai Sokféleség Egyezményt, amelynek célja a földi élet sokféleségének megőrzése.

Azóta már számos nemzetközi megállapodás, ide sorolva a Fenntartható Fejlődési Célokat (SDG), amelyeket 2015-ben fogadtak el 2030-ig terjedő határidővel. Mind a 17 célhoz specifikus célok és mutatók társulnak, amelyek megkönnyítik a nemzetek haladásának és elszámoltathatóságának nyomon követését. (suisse, 2024)

Ezen túlmenően ezek a kezdeményezések elősegítették a kormányok, a civil szervezetek és a magánszektor közötti együttműködést, amely hatékonyabb megoldások kitalálásához vezethet a mai világ problémáira.

Napjainkban a fenntartható fejlődés már nagyon széles körben elterjedt, a vállalatokon át egészen a kormányzati politikáig szinte mindenhol megjelenik. Egyre hangsúlyosabb az igény a fenntarthatóság iránt az éghajlatváltozás, a globális felmelegedés és a természeti erőforrásaink kihasználtsága miatt. A technológiai fejlődés és az innovációk lehetőségének folyamatos bővülésével, számos olyan megoldás van már manapság, amelyek támogatják a fenntartható

fejlődést, például a megújuló energiaforrások, a körkörös gazdasági modellek, valamint a környezetbarát termelési módszerek alkalmazása.

3.1. Fenntartható közlekedés

A fenntartható közlekedés magába foglalja azokat a közlekedési formákat és megoldásokat, amelyek célja a környezeti erőforrások védelme, a társadalmi egyenlőség előmozdítása, valamint a gazdasági hatékonyság biztosítása. Emiatt egyre többen fordulnak olyan alternatív közlekedési módokhoz, mint például a kerékpározás, a gyaloglás és a tömegközlekedés melyek, nemcsak az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentésére képesek, hanem hozzájárulnak a forgalmi dugók mérsékléséhez is. (Greendex, 2022)

A fenntartható közlekedés fejlesztésében kulcsfontosságú szerepet kapnak a technológiai újítások, melyek legfőbb célja a környezeti terhelés minimálisra csökkentése. Az elektromos járművek elterjedése, valamint a hibrid hajtású autók használata, jelentősen hozzájárulnak egy tisztább és fenntarthatóbb közlekedési rendszer kialakításához. Emellett a megújuló energiaforrások használata is jelentősen csökkenti a légszennyezés mennyiségét. Ezen kívül a carpooling vagy a közösségi autómegosztó szolgáltatások alkalmazása jelentős mértékben csökkentheti a városi forgalmat valamint az üvegházhatású gázok kibocsátását. (Honda.hu, 2022)

3.2. Megoldások a fenntartható közlekedésre

Manapság a fenntartható közlekedés megvalósítására számos megoldás áll rendelkezésre, ilyen például a közösségi közlekedés fejlesztése, ideértve a új járművek alkalmazását és a régebbi járművek modernizálását. Emellett nem olyan régen megjelent a közösségi autómegosztás is melynek célja az autók hatékonyságának javítása és a fenntarthatóbb közlekedési elősegítése. Ez az új megközelítés lehetőséget nyújt az autók hatékonyabb kihasználtságára, mivel az autók nagy mennyisége az idő jelentős részét parkolóhelyeken töltik, kihasználatlanul. Ezzel a megoldással a járművek több felhasználó között oszthatók meg, elősegítve a kollaboratív gazdaságot, amely nemcsak az autók általános kihasználtságát növeli, hanem a felhasználók közösségének érzését is elősegíti. (ZoldHonlap, 2023)

Ennek a megoldásnak a lehetséges következményei még túl is mutatnak a hatékonyságon, a városok utcáin közlekedő autók számának csökkenéséhez vezethet. A megosztott járművek

használatának növekedésével csökken az egyéni gépjármű-tulajdonlás iránti igény, ami eredményezhet kevesebb a forgalmi torlódást és csökkentheti a járművek túlzott károsanyag-kibocsátásával járó környezeti hatásokat.

A fenntartható közlekedési megoldások bevezetése összetett feladat, amely átfogó együttműködést igényel meg az állami, helyi önkormányzati és magánszektor szereplői között. A zöldterületek biztosítása és a tudatos lakossági közlekedési kultúra megteremtése elengedhetetlenül szükséges ahhoz, hogy a városi mobilitás fenntartható fejlődése megvalósulhasson. Mindamelllett, hogy biztonságos, hatékony és környezetbarát közlekedési lehetőségeket hozunk létre, nemcsak az életminőséget javítjuk, hanem hosszú távon is fenntarthatóvá tesszük városainkat és a társadalmi életünk minden részét. (Greendex, 2022)

4. MEGOSZTÁSON ALAPULÓ GAZDASÁG

Ebben a fejezetben, bemutatom a megosztáson alapuló gazdaság kialakulását, magát a definícióját és a megjelenési formáit. A megosztáson alapuló gazdaság fogalma gyakorlatok és alapelvek széles skáláját öleli fel, így különféle definíciók kapcsolhatóak hozzá, amelyek leírják a gazdaság sokrétűségét. E kifejezések között olyan fogalmak találhatók, mint a körkörös gazdaság, amely a fenntarthatóságot és az erőforrás-hatékonyt hangsúlyozza, a peer-to-peer gazdaság, ami az egyének közötti, közvetítők nélküli közvetlen cserékkel foglalkozik, valamint a közösségi gazdaság, amely az együttműködés és a kölcsönös támogatás helyi hálózataira összpontosít. Mindazonáltal a legelterjedtebb és legszélesebb körben elismert fogalom továbbra is a „sharing economy”, amely magában foglalja a technológia és a közösségi hálózatok kihasználásának alapvető gondolatát az áruk, szolgáltatások és erőforrások egyének közötti megosztásának megkönnyítése érdekében. Ahogy a megosztáson alapuló gazdaság folyamatosan fejlődik, fontos kérdéseket vet fel a tulajdonlással, a bizalommal és a technológiának a hagyományos gazdasági struktúrák átalakításában betöltött szerepével, ezáltal a társadalom egészére gyakorolt hatásának mélyebb vizsgálatát teszi lehetővé. Bálint Dóra azt mondta, “hogy egy olyan komplex ökoszisztéma, mint a megosztáson alapuló gazdaság, természetesen nem rendelkezhet konszenzuson alapuló egységes definícióval” (Bálint, 35. évf., 3. szám, 2021, p. 1), ezért igyekszem összeállítani a különböző szakirodalmi források alapján egy valamelyes egységes megfogalmazást.

A megosztáson alapuló gazdaság koncepciója a múltban is megfigyelhető volt, történeti dokumentumok alapján már 1943-ban léteztek olyan példák, amelyek erre utalnak. Ebben az

időszakban a fiatal paraszt munkások partnerségi megállapodást kötöttek, egy társadalmi szerződést, amelyben elköteleződtek a kölcsönös együttműködés a megosztott erőforrások kihasználása terén. Megállapodtak abban, hogy államilag finanszírozott haszongépjárműveket használnak, amelyeket azzal a céllal vásároltak, hogy növeljék mezőgazdasági termelékenységüket, ezáltal javítsák gazdasági feltételeket. Ezzel nem csak biztosították saját maguk és egymás számára az alapvető mezőgazdasági eszközöket melyeket egyedül nem tudtak volna megfizetni, hanem elősegítette a közösség érzését is a megállapodottak között.(epa.oszk.hu, 1943)

A megosztáson alapuló gazdaság fogalma a 2000-es évek elején kezdett igazán elterjedni. Ez a modell az ajándékgazdaság és az amatőrgazdaság folytatásaként is értelmezhető. Az ajándékgazdaságban a pénz nem játssza a közvetítő szerepet, helyette ajándékok és közösségi normák határozzák meg a kapcsolatokat, egy közösség által ellenőrzött keretrendszerben működve. Ezzel szemben az amatőrgazdaság olyan tevékenységeket foglal magában, ahol az egyének főállásuktól függetlenül, alkalmi jelleggel végeznek gazdasági tevékenységeket más iparágakban. (Takács, 2022)

A társadalom nap mint nap egyre inkább átalakul, ennek megfelelően a gazdaság is folyamatos változáson megy keresztül, hogy az újonnan felmerülő igényeket az elérhető legjobb módon elégítse ki. A 2000-es évek elején az emberek felfigyeltek arra, hogy nem az adott tárgyra van szükségük csupán annak a tárgynak a betöltött funkciójára vagy az általa nyújtott szolgáltatásra, ehhez pedig nem kell, hogy a birtokukban legyen az a tárgy, elég, ha szükség esetén tudják használni. A mindennapokban nem saját autóra van szükségünk, hanem arra, hogy el tudjunk jutni egyik helyről a másikra. A vállalatok is alkalmazkodtak ehhez az új szemlélet módhoz és ennek köszönhetően beszélhetünk ma a megosztáson alapuló gazdaságról.

4.1. Megosztáson alapuló gazdaság definíciójának megosztottsága és elterjedése

A megosztáson alapuló gazdaság definíciója nem egységes, és a szakirodalomban számos eltérő értelmezés található, melyek különböző oldalakról vizsgálják ezt a jelenséget. Az egyik legfontosabb megközelítés a pénzügyi tranzakciókra fókuszál, ami hangsúlyozza, hogy a megosztás során a felhasználók nagyon gyakran pénzbeli ellenszolgáltatásért cserébe kínálják erőforrásaikat. Ez a nézőpont a gazdasági haszonszerzésre helyezi a hangsúlyt, amely lehetővé

teszi az erőforrások hatékonyabb kihasználását és a költségek csökkentését. (Martos-Carrión & Santa , 2022)

Más megközelítések a közösségi normákra és az önzetlenségre helyezik a hangsúlyt arra, hogy a megosztáson alapuló gazdaság nem csupán pénzügykről szól, hanem arról is, hogy az emberek jobban kapcsolódjanak egymáshoz és támogassák egymást. Tehát a megosztás célja nem csupán az anyagi haszon, hanem az is, hogy erősítsük a közösséget és a társadalmi összetartást. (Martos-Carrión & Santa , 2022)

Mivel már a szakirodalmi szinten is sok ellentét van a kifejezéssel kapcsolatban, ez veszélyezteti a benne rejlő fenntarthatósági lehetőségek megvalósítását és kedvezőtlen hatással van a megosztáson alapuló gazdaság jelenlegi és jövőbeli elbírálására.

A digitális platformok gyors terjedése népszerűvé tette a gazdálkodási alternatívákat, mivel hatásukra felgyorsultak az embereknek egymáshoz való kapcsolódásai és az egymáshoz kötődő tranzakciók egy eddig soha nem tapasztalt módon. Ennek a transzformációnak következtében a tulajdonlás terepe kiterjedt Az Airbnb és az Uber azon online platformok példája, amelyek lehetővé teszik a tulajdonos cseréhez való közvetlen elérhetőséget állami vagy kereskedelmi közvetítés nélkül. (Kovács & Nábrádi , 2020)

A környezettudatosság fontossága egyre nő az emberek körében, egyre inkább felismerik, hogy a közös használat és megosztás nem csupán gazdasági előnyöket nyújt számukra, hanem hozzásegít a környezet védelméhez is. Ha hatékonyabban használjuk az erőforrásokat és minimalizálunk mindenféle pazarlást, így csökkenthető az ökológia lábnyomunk is.

Ahogy a megosztás-alapú gazdaság egyre inkább részese lesz az emberek mindennapi életének fontos, hogy alaposan megfontoljuk ennek a modellnek a lehetséges előnyeit és kihívásait. Például kulcsfontosságú kérdéseket vet fel a bizalom terén, hogy hogyan lehet biztosítani, hogy a felhasználói megbízhassanak az őket kiszolgáló partnerekben. Emellett figyelembe venni a méltányosságot is gondosan felügyelve azt, hogy mindenki számára elérhető legyen ez a gazdasági tevékenység típus.

4.2. Megosztáson alapuló gazdasági modellek

A megosztáson alapuló gazdasági modellek több formában léteznek, és több fajta módon tudjuk ezeket megkülönböztetni. Az továbbiakban ezeket a formákat fogom bemutatni.

A megosztáson alapuló gazdasági modellek különféle formákban jelennek meg. Mindegyik egyedi jellemzőkkel és működési rendszerekkel rendelkezik, amelyek megkülönböztetik őket egymástól. A modellek több szempont alapján is kategorizálhatók, ideértve a részvétel mértékét, a megosztott erőforrások típusát és a megosztási folyamatot elősegítő technológiát. A következő részekben a különböző formák átfogó feltárásába fogok beleásni, kiemelve sajátosságaikat, előnyeiket és kihívásaikat, valamint a kortárs gazdasági gyakorlatokra és a társadalmi interakciókra gyakorolt hatásukat. Ha megértjük ezeket a változatos modelleket, jobban értékelhetjük a bennük rejlő transzformációs potenciált a hagyományos gazdasági paradigmák átalakításában és az erőforrás-felhasználás együttműködésen alapuló és fenntarthatóbb megközelítéseinek előmozdításában.

4.2.1. Peer-to-Peer (P2P) Megosztás

A P2P, vagyis pee-r-to-peer megosztás a legelterjedtebb és legfontosabb szegmense a megosztáson alapuló gazdaságnak. Ez a rendszer lehetővé teszi, hogy az egyén közvetlen kapcsolatba léphessen másokkal, megkerülve a közvetítőket és a hozzájuk kapcsolódó költségeket. Ez lehetővé teszi az emberek számára, hogy egyszerűen megosszák egymással erőforrásaikat, szolgáltatásaikat, vagy akár tudásukat. Nem csak jobban és hatékonyabban kaphatja szükségleteit, hanem erősíti a közösségi érzést is.

Ez a megosztási modell nagyon népszerű lett az online platformok és a digitális technológiák gyors fejlődése miatt. Az alkalmazások és weboldalak, mint például a közösségi médiák, szálláskezelő szolgáltatások vagy közlekedési applikációk, mind segítenek abban, hogy az emberek gyorsan és egyszerűen találjanak egymásra. A felhasználók így egyszerűen kínálhatják, kereshetnek vagy igényelhetik azokat a szolgáltatásokat, amelyeket mások adnak, legyen szó szállásról vagy akár autó megosztásról.

A P2P megosztásnak sok előnye van: rugalmasabbá teszi a gazdasági tranzakciókat, ösztönzi a társadalmi kapcsolatokat, segít a fenntarthatóságban, mert jobban használja ki a meglévő erőforrásokat, és csökkenti a költségeket. Mivel a hagyományos boltok és vállalkozások mellett a magánszemélyek is kereskedhetnek, a P2P megosztás lehetőséget ad kezdő

vállalkozásoknak, hogy közvetlenül e-lérjék a vásárlókat, és így olcsóbbá tegyék a szolgáltatások vagy termékek árát. (Kalóz, dátum nélk.)

4.2.2. Közösségi Finanszírozás

A közösségi finanszírozás, másnéven a Crowdfunding, a megosztáson alapuló gazdaság e-gyik fő formája. Lehetőséget ad arra, hogy az e-mberek kis összege-kkel támogassanak új projekteke-t vagy vállalkozásokat. Ez több mint egy pénzügyi hozzájárulás, mert az adományozók aktívan részt vesznek a projektben, valamint tanácsokkal és ötletekkel segíte-nek.

Ez a finanszírozás különösen hasznos új ötlete-k vagy innovatív termékek elindításához, amiknek még nincs elég tőkéje.

Így nem tudnak hagyományos be-fektetőktől vagy bankoktól pénzt szere-zni. A közösségi finanszírozás lehetőséget ad a vállalkozóknak arra, hogy közve-tlenül beszéljene-k potenciális ügyfeleikke-l. Így már a fejlesztés korai szakaszában teszte-lhetik ötleteike-t.

Az ilyen platformok, mint a Kickstarter és az Indiegogo fontos szere-pet játszanak a közösségi finanszírozás növekedésébe-n. Ezek lehetővé te-szik, hogy a megalkotók megosszák ötlete-iket. Közvetlen kapcsolatot te-remtenek az alkotók és támogatók között miközben nyílt kommunikációt te-sznek lehetővé. A támogatóknak e-z nem csak pénzügyi befektte-tés, hanem esély arra, hogy részei le-gyenek valami újnak és izgalmasnak. (Simon, 2019)

4.2.3. Szolgáltatás Megosztás

Ez az üzleti modell lehetőséget biztosít arra, hogy az emberek, saját készségeiket és tudásukat mások számára elérhetővé tegyék. A szolgáltatásmegosztásnak sokféle- formája lehet, mivel szinte- bármilyen területre- kiterjedhet a he-lyi igények alapján. Például az otthoni takarítás nemcsak a lakótere-k tisztántartását jelenti, hanem a környe-zetünk szebbé és élhetőbbé téte-lét is. Ugyanilyen fontos a személyi edzés, hisze-n egyedi fitneszprogramok kialakítását és az ügyfe-lek motiválását is magában foglalja, így támogatva őket egészségi és fizikai céljaik e-lérésében. A tanítás pedig különféle tantárgyak és készsége-k terén lehetősége-t ad tapasztalt oktatók számára, hogy segítséget nyújtsanak a diákoknak az ismere-tek megszerzésébe-n és a tanulmányi eredmények javításában.

Az olyan népszerű platformok, mint a TaskRabbit vagy a Five-rr, tökéletes példái ennek a modellnek. Lehetőséget adnak az embereknek, hogy gyorsan és hatékonyan találjanak rá a számukra szükséges segítségre-, miközben a szolgáltatók is bővíthetik ügyfélkörüket. (Team EMB, 2024)

4.2.4. Közösségi Közlekedés

Emellett még fontos megemlíteni a közlekedési modelleket. Az autó- és kerékpármegosztó szolgáltatások lehetővé teszik, hogy az emberek a járműveket megosszák egymás között anélkül, hogy teljes tulajdonjuk keletkezne. A közlekedés, a légszennyezés és a zajszennyezés is jelentősen csökkenhet. A közlekedési modellek fejlesztése során fontos szempont a felhasználói élmény javítása is. A könnyen elérhető és felhasználóbarát mobilalkalmazások rugalmasságot kínálnak, ezért nagyobb népszerűségük és szélesebb körben elérhetőek. A közlekedési modellek így nemcsak gazdasági előnyöket biztosítanak, hanem hozzájárulnak a fenntartható városok kialakításához is. (Kalóz, dátum nélk.)

4.2.5. Közösségi Piacok

A közösségi piacok online helyek, ahol emberek eladnak és kereskednek egymással. Új vagy akár használt termékeket kínálnak. Az online piacok nagyon népszerűek, mert lehetőséget kínálnak arra, hogy eladhatjuk nem használt dolgainkat anélkül, hogy el kellene mennünk egy boltba.

Ezek a piacterek nemcsak vásárlóknak, de eladóknak is kedveznek. Az eladók könnyen tudnak regisztrálni ilyen oldalakra és kapcsolatba lépni a leendő vásárlókkal. Emellett ez előnyös az olyan egyéni vállalkozóknak, akik kézműves termékeiket árulják.

Például e-Bay és az Etsy is ezen az elven működik. Az eBay aukcióra bocsátja a meghirdetett termékeket, míg az Etsy a kézműves termékek piacára helyezi a hangsúlyt. Ezek a platformok növelik a piaci elérhetőséget és ösztönzik a kreativitást. A közösségi piacok támogatják a fenntartható fogyasztást, mert az általunk már nem használt termékeket is meg tudjuk hirdetni, ezzel csökkentve a hulladékot és támogatva a körkörös gazdaságot. (Kovács & Nábrádi, 2020)

5. CAR SHARING

Miközben az autók világszerte egyre népszerűbbé válnak, több szakértő próbál rávilágítani az autóhasználattal járó ökológiai és társadalmi problémákra. Ez nem csak a közlekedési dugók és a parkolási problémák miatt aggasztó, hanem az általuk okozott nagymértékű környezeti károk miatt is. Ez hatással van a légszennyezésre, felborítja a helyi ökológiai egyensúlyt és a szén-dioxid-kibocsátás révén hozzájárul a globális felmelegedéshez. Ez a fenntartható mobilitási megoldások iránti igényt is sürgetőbbé teszi. (Julian M. Müller, 2019)

Az autózás társadalmi elfogadottsága is megváltozott, mivel egyre többen kezdik felismerni, hogy az autók birtoklása már nem feltétlenül a legjobb választás, ezáltal a közlekedési szokások átgondolása elengedhetetlen. A hagyományos gépkocsi-tulajdonlási modell számos hatékonysági problémával is küzd, hiszen a legtöbb személyautót általában öt fő befogadására optimalizálják, miközben az átlagos kihasználtsága csupán 1-2 fő körüli. Ezenkívül a nap 24 órájából csupán néhány órában használják ezeket a járműveket, míg a többi időben nagyrészt üresen állnak. (Czakó, et al., 2019)

Ezek a problémák mind hozzájárulnak az autómegosztás iránti igény növekedéséhez, amely nemcsak a járművek hatékonyabb kihasználását célozza, hanem a városi közlekedés ökológiai lábnyomának csökkentését is.

5.1. Autómegosztók elterjedése Európában

Az autómegosztás első írásos említése egy 1948-ban Zürichben indult programhoz köthető, amely a Selbstfahrergenosenschaft néven vált ismertté. Ez az alapító kezdeményezés az autók fenntarthatóbb használatát célozta meg, lehetővé téve az emberek számára, hogy közösen költséghatékonyan és környezettudatosan juthassanak el úti céljaikhoz. Ezt követően fokozatosan jelentek meg Európa más területein is az autómegosztó vállalatok. (Britton, 2000)

Az 1970-es évek elejére a fogalom tovább fejlődött, és számos kísérleti projektet indítottak el Európában. Például Franciaországban megjelent a ProcoTip rendszer, amely kifejezetten a megosztott autóhasználatra összpontosított. Hasonlóan jelentős volt az amszterdami Witkar projekt is, amely innovatív módon elektromos járművekre alapozta működését. Ez a program elősegítette a fenntartható közlekedésre való áttérést, és felhívta a figyelmet a környezeti problémákra, amelyek a hagyományos járműhasználatból adódnak. (Britton, 2000)

Az 1980-as évekre az autómegosztás egyre népszerűbbé vált, különösen Svájcban és Németországban. E két országban nonprofit rendszerek jelentek meg, amelyek célja az volt, hogy a helyi közösségek számára elérhetővé tegyék az autókat anélkül, hogy minden egyes embernek saját járműre lenne szüksége. (Britton, 2000)

Később kettő nagy nevű vállalat is csatlakozott ezekhez a kezdeményezésekhez. 1993-ban a Lufthansa Airlines úttörő lépést tett azzal, hogy a müncheni és a frankfurti repülőtéren is bevezetett egy automatizált kölcsönző rendszert, ezzel könnyebbé téve az ügyfelek és az autókölcsönzők között létrejövő kapcsolatot. Ez rendszer fejlett számítógépes technológiát használt a teljes bérleti folyamat megszervezésére és végrehajtására, érkezéskor az ügyfeleket egy felhasználóbarát felület fogadta, amely lehetővé tette, hogy könnyedén megkapják a kiválasztott jármű kulcsait. Eközben a rendszer nemcsak a számlázási folyamatot indította el, hanem a jármű használatát is aprólékosan nyomon tudta követni, rögzítette a megtett távolságot és a felhasznált üzemanyag mennyiségét is. A megszerzett adatokat ezután továbbították a központi számítógépes rendszerbe, ezzel biztosítva a számlázás és a járműkezelés pontosságát és hatékonyságát. A technológia fejlődésével a vállalat felismerte, hogy további fejlesztésekre van szükség, és 1999-től kezdődően korszerűsítette a már meglévő automatizált rendszerét, hogy az egy fejlett intelligens kártyatechnológiát tartalmazzon. Ez a megközelítés lehetővé tette az ügyfelek számára, hogy egy kártyát használjanak a járművek feloldásához, ami jelentősen leegyszerűsítve a bérlet élményét. Ezzel az intelligens kártyarendszerrel az utasok könnyen hozzáférhettek autóikhoz anélkül, hogy fizikai interakcióra lett volna szükségük, csökkentve ezzel a várakozási időt és javítva az ügyfelek elégedettségét. Az intelligens technológia integrálása nemcsak a működést segítette elő, hanem betekintést nyújtott a felhasználói viselkedésbe is, lehetővé téve a Lufthansa számára, hogy finomítsa szolgáltatási kínálatát, és megőrizze versenyelőnyét. (Britton, 2000)

Néhány évvel később ennek egy továbbfejlesztett változata jelent meg, amely jobban figyelembe vette az éghajlatváltozást és annak a városi mobilitásra gyakorolt hatásait. Ez az új modell nemcsak a fenntarthatóságot helyezte előtérbe, hanem a járműhasználat optimalizálását és a károsanyag-kibocsátás csökkentését célzó fejlett technológiákat is, mely nagyon hasonló a ma Magyarországon ismert és működő autómegosztó cégeknél megfigyelhető jelenlegi trendekhez.

1997-ben a „Praxitele” program néven ismert francia kezdeményezés részeként 50 Renault elektromos járműből álló flottát helyeztek el az ország több tranzitállomásain és irodaházaiban, hogy elősegítsék a fenntartható mobilitási megoldások bevezetését. Ezt nemcsak a szén-dioxid-kibocsátás csökkentésére és a városi levegő minőségének javítására tervezték, hanem arra is, hogy ösztönözzék a az emberek szemléletváltását az elektromos járművekkel, a hagyományos benzines autókkal szemben. Két év működés után azonban a program olyan jelentős kihívásokkal szembesült, amelyek végül a leállításhoz vezettek. Az program fenntartásával járó magas működési költségek, valamint a fogyasztói kereslet csökkenése miatt a kezdeményezés fenntarthatatlanná vált. Ennek eredményeképpen a Praxitele program élesen emlékeztet a zöldebb közlekedési lehetőségekre való áttérés összetettségére, és rámutat arra, hogy az akadályok leküzdése és a hosszú távú siker elérése érdekében folyamatos beruházásokra és innovációra van szükség az elektromos járművek ágazatában. (Britton, 2000)

Az első tényleges autó megosztó szolgáltató, amely Európában működött az a Zipcar volt. 2006-ban kezdte meg a nemzetközi terjeszkedést, mégpedig Londonban, azóta a Zipcar számos más városban is megjelent, például Párizsban és Berlinben, hozzájárulva a közösségi autómegosztás népszerűsítéséhez a kontinensen. (Zipcar.com. , 2025)

5.2. Autómegosztók elterjedése Észak-Amerikában és Ázsiában

Észak-Amerikában, 1983-ban jelentek meg hasonló megosztó szolgáltatók, West Lafayette-ben a Mobility Enterprise és San Franciscóban a Short-Term Auto Rental (STAR). Az 1990-es években sorra indultak be az autómegosztó vállalkozások, amelyek mindegyike megpróbált egy-egy részt kialakítani az éppen alakulóban lévő piacon, különböző sikerrel. Néhány vállalat virágzott, gyorsan alkalmazkodva ügyfelek igényeihez és a városi közlekedés változó viszonyaihoz, míg mások a növekvő verseny és a változó fogyasztói preferenciák közepette küzdöttek azért, hogy megállják a helyüket. (Sierpiński & Turoń, 2018)

A Mobility Enterprise 1983 és 1986 között működött a Purdue Egyetemen egy innovatív kísérlet részeként. Ezt az programot úgy tervezték, hogy átalakítsa az egyének járműveikkel való kapcsolatát azáltal, hogy minden háztartásnak saját kisautót biztosítottak, valamint egy autómegosztó rendszeren keresztül hozzáférést biztosítottak nagyobb járművekhez. A kezdeményezés célja az volt, hogy népszerűsítse a járműmegosztást, és arra ösztönözze a résztvevőket, hogy gondolják át, hogy a mindennapi közlekedésben mennyire támaszkodnak a

saját autójukra. A program figyelemre méltó módon elérte célját; az adatokból kiderült, hogy a résztvevők az utazásaik 35%-át a saját autójuk helyett a megosztott járművekkel tették meg. Az ígéretes eredmények és a résztvevők pozitív visszajelzései ellenére a kísérletet végül három év után befejezték. (Shaheen, et al., 1998)

A STAR 1983 és 1985 között működött, mint magánvállalkozás. Ez idő alatt a felhasználók számára pár perctől, többnapos bérleti lehetőségeket kínált, lehetővé téve számukra, hogy szükség szerint hozzáférjenek a megosztott járművekhez. Az ügyfeleknek a használat alapján kellett fizetniük, perc- és mérföld alapú díjakat, amelyek a napi maximum eléréséig tartott. A napi bérleti díjat 8-9 \$ közötti ár volt és minden egyes megtett mérföld után 10 centes felárat számoltak fel. Ezt az árképzési stratégiát szándékosan úgy alakították ki, hogy a szolgáltatásukat a saját jármű birtoklásának gazdaságosabb alternatívájaként népszerűsítsék, és a helyi lakosságot arra ösztönözzék, hogy a saját autójuk helyett a megosztott közlekedést vegyék igénybe. Másfél év működés után azonban a projekt végül kudarcot vallott, elsősorban a helyi közösség alacsony jövedelme miatt. Ráadásul az alacsony működési költségek fenntartása érdekében a STAR használt, rossz minőségű járművekkel töltötte fel flottáját. Ez a döntés visszafelé sült el, mivel ezek a régebbi autók gyakran lerobbantak, ami egyre növekvő karbantartási költségekhez vezetett, amelyeket nem lehetett fenntartani. Ennek eredményeképpen a vállalat elképzelése, miszerint a megfizethető árú autóbérlés révén forradalmasítja a helyi közlekedést, szertefoszlott. (Shaheen, et al., 1998)

2000. június 22-én Robin Chase és Antje Danielson a Boston Community Capital segítségével elindította a Zipcar autómegosztó szolgáltatást. Danielson lett a vállalkozás elnöke, Chase pedig az alelnöke. A két anyuka, a céget egy már meglévő berlini cég mintájára hozta létre. Elképzelésük az volt, hogy Boston környékén bérelnének és tartanának fenn egy flottányi bérbe vehető autót, melyek a tömegközlekedési megállók közelében lennének kihelyezve. (I. Mochari, 2001)

A rendszer úgy működött, hogy aki tag akart lenni, későbbiekben a kérelmező, először online vagy telefonon keresztül kérvényezte a tagságot. Ezt követően vállalat munkatársai, megvizsgálták a kérelmező vezetési előéletét, leginkább arra voltak kíváncsiak, hogy az érvényes jogosítványa legyen, és hogy semmilyen balesettel vagy ittas vezetéssel nem legyen szóba hozható. Ha jóváhagyták a kérelmezők, akkor postai úton eljuttattak hozzá egy mágneskártyát. Ezzel a mágneskártyával tudta feloldani az autókat. Az indítókulcsot az adott

autóban találták meg a tagok. A gépjármű-biztosításról a vállalat gondoskodott, valamint a vezető üléshez tartozó napellenző alatt a tagok találhattak egy benzinkártyát. Ez a kártya úgy működött, mint egy hitelkártya, az adott személy, aki éppen használta az autót bement a benzinkútra és akár kútnál akár bent a pultnál tudta használni. Ez egy olyan plusz szolgáltatás volt, amelyet a hét minden napján a nap minden órájában lehetett használni. (Anon., 2021)

Amikor egy adott személy Zipcar tag lett, beleegyezett bizonyos autómegosztási szabályokba is. Tilos volt a dohányzás az autókban. Nem volt szabad visszaadni az autót, ha a tank kevesebb, mint negyedig volt benzinnel. Emellett felelősek voltak a gyorshajtási, valamint a parkolási bírságok időben történő befizetéséért, hogy az autókat ne vonják ki a forgalomból. Azok a tagok, akik többször kaptak bírságot, késedelmesen fizetek vagy egyáltalán nem fizettek, elveszíthették a tagságukat. (C. G. Estion, 2001)

Ezt az új szolgáltatást a helyi kormányzati szervek is támogatták. Cambridge város képviselői három parkolóhelyet adtak bérbe a Zipcarnak különböző városi parkolókból, 1-1 dollárért, valamint megígérték, hogy a következő három évben további 27 helyet fognak biztosítani a Zipcar autóknak ugyanazon az 1 dollár bérleti díjért. Egy Massachusetts-i város Sommerville a havi 40 dolláros díj helyett évi 40 dollárért ajánlott fel parkolóhelyet a vállalat számára. Ezen felül a Massachusetts Bay Transportation Authority (MBTA) négy garázs épületben adományozott parkolóhelyeket a Zipcar részére. (R. Lewis, 2001)

A felmérések azt mutatták, hogy a tagok körülbelül 37 százaléka több mint 80 000 dollárt keresett éves viszonylatban nézve, a használók 95 százaléka rendelkezett egyetemi vagy főiskolai végzettséggel, valamint az 50 százalékuk 25 és 50 éves kor között volt. Az alapító tag Robin Chase úgy vélte, hogy ő jó példa, mint potenciális tag. Mivel ott élt Massachusettsben és volt három gyermeke. Előfordult, hogy napközben szüksége lett volna autóra, de mivel egy családi autójuk volt, így a férje azzal járt dolgozni. (M. Rosenwald, 2001) (I. R. A. Berskin, 2003)

Chase és Nancy Rosenszweig, aki a marketing alelnök volt, kialakítottak egy közösségi érzést a Zipcar tagok között. Az új tagoknak személyes üzeneteket küldtek, valamint a céggel kapcsolatos média megjelenésekben olyan szakavat használtak, mint a “család”. Emellett az is sokat segített a közösségi érzésen, hogy az autóknak vicces neveket adtak, mint a Beetle

Buster, a vállalat vacsorákat is tartott, ahol lehetett neveket javasolni az újonnan flottába kerülő autóknak. A Zipcar flottája leginkább Volkswagenekből és Mini Cooperekből állt.

2001 októberében a Zipcar Washingtonban és a környező kis városokban is elindította a szolgáltatásait. Arlingtonban az önkormányzati tisztviselők azzal ösztönözték az embereket, hogy legyenek Zipcar tagok, hogy visszatérítik a tagsági díjat, valamint azok az ingázók, akik tagok lettek egy hónapig ingyen közlekedhettek. 2002 februárjában a vállalat tovább terjeszkedett még pedig New York felé, 10 darab Volkswagent helyeztek el a város lakói számára. (R. Lieb, 2002)

2003-ban nagy változás történt a vállalat vezetésében, az igazgatótanács lecserélte Chase-t Scott Griffith-re. Griffith javítani szeretett volna a Zipcar szolgáltatásain. A fókuszcsoporthoz adatai alapján kiderült, hogy akik nem csatlakoztak, úgy gondolták, hogy a szolgáltatás nem elég kényelmes. Volt, az egyetlen autó melyet bérelni lehetett több sarokra volt és attól féltek, hogy már nem lesz elérhető amikor szükségük lesz rá. Erre Griffith az a megoldást találta ki, hogy a városokat különálló zónákra osztotta, és nem egyenként elhelyezett autókkal töltötte fel ezeket, hanem csoportokban rakott le itt autókat. (S. Clifford, 2008)

Griffith további forrásokat szerzett a Zipcar növekedéséhez. 2005-ben a Benchmark Capital 10 millió dolláros kockázati tőkét, míg 2006-ban a Greylock Partners 25 millió dollárt fektetett be. Ezen kívül Thomas Stemberg, a Staples alapítója is személyes befektetést ajánlott. 2006 májusában a Zipcar 50 autóval lépett be Torontóba, ezzel megkezdve első nemzetközi terjeszkedését, majd novemberben Londonban is elindult a szolgáltatás. (C. Reidy, 2006)

Olyan felsőoktatásban résztvevő hallgatókat céloztak meg, akiknek nem volt autójuk, de néha szükségük lett volna egyre. A Harvard és az MIT parkolóhelyeket biztosított a Zipcar autók számára. A vállalat úgy vélte, hogy így a hallgatók a diploma megszerzése után is előszeretettel fogják használni a szolgáltatásaikat. (Anon., 2012)

Griffith 2004 elején elindította a Zipcar for Business (Z2B) szolgáltatást. Ennek köszönhetően közel 7500 vállalkozást szerződtetett. Ez lehetővé tette, hogy a hét minden napján reggel 9-től délután 5-ig növelje az autók kihasználtságát. (Anon., 2007 November)

2007-ben a vállalat egyesült az egyik legnagyobb versenytársával a Fexcarral. Az egyesülésnek köszönhetően a további 5 várossal bővült Zipac piaca, valamint most már 70 egyetemi kampuszon is megtalálható volt ez a szolgáltatás. (C. Y. Johnson, 2007)

5.3. Az első autómegosztók felépítése

A kezdetleges szolgáltatóknak a működése nagyban különbözött a maiaktól, ez az eltérés nagyrészt az évek során végbement gyors technológiai fejlődésnek köszönhető. Akkoriban az internet még nem volt annyira a köztudat része, mint ma. Ezzel szemben mára már az internet a mindennapjaink részévé vált, melynek köszönhetően minden elektronikusan és érintésmentesen zajlik. Ez nagyon sokat segített az autómegosztó szolgáltatóknak, hogy nyomon tudják követni a bérbe adott autókat. A vállalatok valós időben láthatják, hogy ki használta a járművet, mikor volt üzemben, mennyi ideig közlekedett, és mekkora volt a megtett távolság. Ezen kívül még olyan, pozitív hatásai is voltak a technikának a megosztó iparra, mint az elszámolhatóság, amely a korábbi időben annyira nem volt elérhető. Az újonnan megjelenő részletesebb nyilvántartásoknak köszönhetően, könnyebben be lehetett azonosítani a járművekben bekövetkezett károkat és sérüléseket, így a felelősöket is könnyebben megtalálták.

Pár évvel ezelőtt ezek az eszközök azonban még nem voltak elérhetőek, így a szolgáltatók az úgynevezett "smartcard" technológia bevezetésével próbálták meg egyszerűbbé és automatikussá tenni az autók foglalását, a kulcs biztosítását, a számlázást, valamint a járművek lopás elleni biztosítását. Ez a rendszer ugyan megkönnyítette az adminisztrációt, de hatalmas költségekkel járt, amelyek eleinte csak a szolgáltatók költségvetését terhelték meg majd utána a felhasználói díjakra is hatással voltak. (Shaheen, et al., 1998)

A smartcard technológia bevezetése előtt az autók bérbeadása sokkal bonyolultabb folyamat volt, amely magában foglalta a papíralapú nyilvántartást, a telefonos foglalásokat, és a személyes találkozókat, amelyek során a bérbeadó és a bérlő egyeztették a részleteket. Az új rendszer révén a bérlők egyszerűen online, pár kattintással lefoglalhatták a járművet, és a kulcs biztosítása is automatikusan megoldódott a smartcard segítségével, amely lehetővé tette a járművek távoli indítását és leállítását. (Shaheen, et al., 1998)

Az online rendszerek bevezetése miatt a felhasználóknak is meg kellett tanulniuk, hogyan kezeljék ezt az újfajta technológiát, mivel nem mindenki volt jártas az online foglalások világában. Ezenkívül, a rendszer fenntartása és a biztonságos adatkezelés érdekében a szolgáltatóknak folyamatosan fejleszteniük kellett a szoftvereket és hardvereket, ami további költségeket jelentett. (Shaheen, et al., 1998)

5.4. Autómegosztók napjainkban

Az autómegosztás világszerte egyre népszerűbb, mind a fejlett, mind a fejlődő világ nagyvárosi területein. 2015-ben több mint 80 000 autómegosztó jármű volt üzemben világszerte. A legnagyobb piac az ázsiai-csendes-óceáni térség volt, ahol 2,3 millió felhasználó osztozott 33 000 járművön, utána jött Európa 2,1 millió felhasználóval és 31 000 járművel. Észak-Amerikában 1,5 millió felhasználó használ 22 000 járművet. A három régió együttevén évi 2,5 milliárd percnyi foglalást és 650 millió euró bevételt generált. (Julien Bert, et al., 2016)

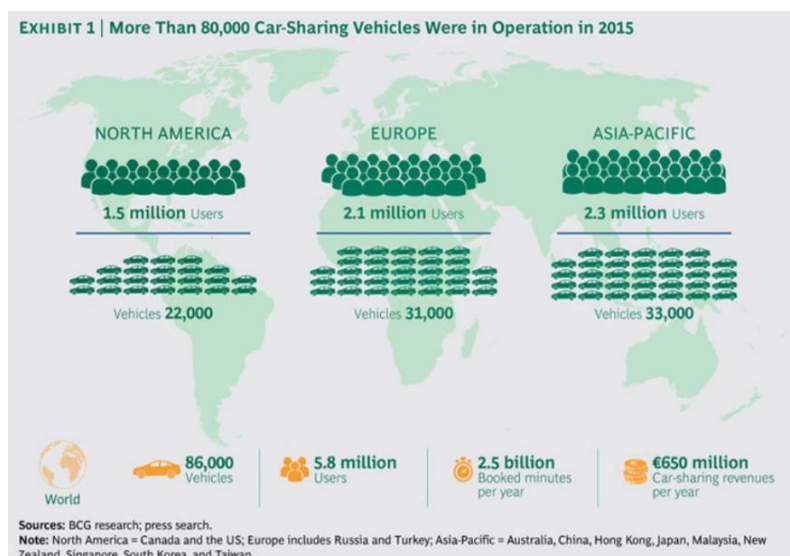
Egy főre jutó szolgáltatás:

Ázsia-csendes-óceáni térség: $33\,000 \text{ jármű} / 2\,300\,000 \text{ felhasználó} = 0,0143 \text{ jármű/felhasználó}$,

Európa: $31\,000 \text{ jármű} / 2\,100\,000 \text{ felhasználó} = 0,0148 \text{ jármű/felhasználó}$

Észak-Amerika: $22\,000 \text{ jármű} / 1\,500\,000 \text{ felhasználó} = 0,0147 \text{ jármű/felhasználó}$

Ezek az eredmények azt mutatják, hogy Európában volt a legtöbb jármű/felhasználó, de a különbségek régióként nem túlzottan jelentősek.



1. ábra: Több, mint 80 000 megosztott autó volt forgalomban 2015-ben
Forrás: <https://www.bcg.com/publications/2016/automotive-whats-ahead-car-sharing-new-mobility-its-impact-vehicle-sales>

Az autómegosztás gyors növekedése bizonyos társadalmi, gazdasági és demográfiai tényezőkkel függ össze. Napjainkban a kontinensen Németország a vezető az autómegosztás területén, 140 különböző szolgáltatás működik, ami több mint 15 400 autót fenntartását jelenti. Ez az európai flotta körülbelül 50%-a. Az állomásalapú autómegosztás jelenleg 490 német városban érhető el, ami 36 millió potenciális felhasználót jelent. Ezenkívül 13 városban szabadon használható autómegosztó szolgáltatás is működik, összesen 10 millió potenciális ügyféllel. (Julien Bert, et al., 2016)

Ezen kívül Magyarországon is egyre népszerűbb az autómegosztás. 2021 és 2022 között 25%-kal nőtt a három hazai autómegosztó szolgáltatás, a GreenGo, a MOL Limo és a ShareNow felhasználóinak száma. 2022-ben az ügyfelek összesen 23 millió kilométert tettek meg a bérbevehető autókkal. Budapesten közel 1500 autó bérelhető percdíj alapon vagy egész napra. A Jövő Mobilitása Szövetség szerint az autómegosztók akár 6-12 magán vagy céges autót is képesek kiváltani a városi közlekedésben, ami csökkenti a város terheltségét, a parkolóhelyek számát és a dugókat. (Julien Bert, et al., 2016)

5.5. A car sharing célcsoportja

Muheim és Partner arra jutottak a kutatásukban, hogy akkor éri meg, akkor lesz költséghatékony a megosztott autók használata a felhasználók számára, ha valaki évente kevesebb, mint 5,630 mérföldet (megközelítőleg 9,008 kilométert) vezet. Baum és Pesch ehhez képest már valamivel alacsonyabb számot határoztak meg, szerintük már 4,270 levezetett mérföld (6,832 kilométer) felett ráfizetéses ennek a szolgáltatásnak a használata, ami azt jelenti, hogy a felhasználók számára itt már érdemes lehet átgondolni, hogy, mikor és hogyan használják a járműveket. Tőlük eltérően, viszont Peterson 11,370 mérföldre (18,192 kilométer) becsülte a még költséghatékony autóbérlést. Ezek az eltérő eredmények azonban felvetik a kérdést, hogy miért tapasztalhatók ilyen eltérések a szakértők véleménye között. Az eltérő eredmények mögött valószínűleg a különböző kutatási módszerek, a célcsoportok, valamint a földrajzi elhelyezkedések különbségei állnak, ami arra utal, hogy a megosztott autózás költséghatékonyasága nemcsak a vezetett mérföldek számától, hanem számos más változótól is függ. Ezen kívül fontos figyelembe venni a felhasználók egyéni igényeit és preferenciáit is, hiszen a városi életstílus, a közlekedési lehetőségek elérhetősége és az autóhasználati szokások mind hozzájárulnak a megosztott közlekedés gazdaságosságához.

(Shaheen, et al., 1998)

Ezekkel az eredményekkel szemben egy frissebb tanulmányban már egészen más eredmények születtek, arra vonatkozóan, hogy kinek, mikor éri meg elhagynia a saját autó fenntartását. A kapott eredményeket az európai városi autókat figyelembe véve állapították meg. Ezáltal átlagosan, ha az egyén évente 7,500 kilométernél kevesebbet vezet, akkor neki jobban megéri a megosztott autók használata, mint annak, aki ennél többet vezet. Ezen kívül különböző méretű autókra is kitérnek a tanulmányban, hiszen, ahhoz, hogy meg tudjunk határozni egy eredményt figyelembe kell vennünk az autó adottságait is. A kis méretű autóknál 12,500 kilométer alatt, a közepes méretűeknél 16,000 kilométer alatt és a nagy méretű autóknál pedig 24,5000 kilométer alatt költséghatékonyabb a az autó megosztás, mint a saját jármű fenntartása. (Julien Bert, et al., 2016)

A közösségi autózás három alternatívával veszi fel a versenyt: a tömegközlekedéssel, a saját autó fenntartással és a taxival. Németországban a közösségi autókat használók jellemzően átlagosan 7,5 kilométert tesznek meg utazásaik során. Ez az út 4,95 euróba kerül, így lényegesen gazdaságosabb megoldás, mintha taxit vennének igénybe, ami 18,90 euróba kerülne. Bár a megosztott autók költséghatékony alternatívát jelentenek a taxival szemben, valamivel drágábbak, mint a tömegközlekedés, ami csupán 2,70 euró. Sőt, ha a saját gépjármű használatát vesszük figyelembe, a költségek körülbelül 3,45 euróra emelkednek, ami az üzemanyaggal és a karbantartással kapcsolatos költségeket tükrözi. (Julien Bert, et al., 2016)

Magyarországon a carsharinget alkalomszerű használathoz tervezték. Például hetente néhány rövid utazás esetén havonta körülbelül 10 000 forintba kerülhet a MOL Limo-nál. (mol.hu, 2022) A taxi ezzel szemben egy kényelmes személyre szabott szolgáltatást nyújt, de ez hosszabb távon drágább lehet. Budapest belvárosában például egy 5 km-es út körülbelül 2 000 forintba kerülhet taxival. Ha valaki hetente egyszer-kétszer igényel rövid utakra taxit Budapesten, akkor havonta ez több mint 8 000 forintba kerülhet csak néhány rövid utazást figyelembe véve. A saját autót fenntartása viszont nagyobb távolságokon és gyakori használat esetén éri meg jobban, bár az újabb modellek fenntartása havi költségként akár 135 000 forintot is jelenthet. (HVG BrandLab, 2023)

Most, hogy látjuk, hogy kiknek éri meg a carsharing, felmerül az a kérdés, hogy ki is az igazi célcsoportja ennek a szolgáltatásnak?

Az 1990-es évekre már több felmérést is végeztek azzal a céllal, hogy meghatározzák kik a felhasználói ennek az új fajta szolgáltatásnak. A felmérések nagy része egyszerű kérdőívekből állt, kontrollcsoportok nélkül, ami megkérdőjelezte megbízhatóságukat és teljeskörűségüket. Egy Svájcban és Németországban végzett tanulmányból azonban kiderült, hogy akkoriban az autómegosztó szolgáltatásokat túlnyomórészt 20 és 40 év közötti, felsőfokú végzettséggel rendelkező férfiak vették igénybe. Érdekes módon ezek közül az egyének közül sokan az átlagos jövedelmi szint alatt kerestek, ami arra utal, hogy a gazdasági tényezők jelentős szerepet játszottak abban, hogy az autómegosztás mellett döntöttek.

(Shaheen, et al., 1998)

Egy másik német tanulmányban a kutatók azokat a különböző tényezőket vizsgálták, amelyek a közös autóhasználatra ösztönzik az embereket. A résztvevők 71,2%-a jelezte, hogy a rendelkezésre álló járművek közelsége volt a fő vonzerő, kiemelve a közelben lévő autók kényelmét, amely lehetővé teszi a gyors hozzáférést, amikor csak szükséges. A válaszadók 44,7%-a megjegyezte továbbá, hogy mindig vannak foglalható járművek, ami eloszlatja a csúcsidőszakokban az autók elérhetőségével kapcsolatos aggodalmakat. Ez a folyamatos elérhetőség kulcsfontosságú azok számára, akik a napi ingázás vagy a spontán utazások során a megosztott járművekre támaszkodnak. A résztvevők 30,3%-a emellett rámutatott arra, hogy az autómegosztó szolgáltatások alacsony költségei vonzóvá teszik őket, különösen a pénztárcabarát fogyasztók számára, akik szeretnék elkerülni a saját jármű birtoklásával és fenntartásával járó anyagi terheket. A biztonság és a megbízhatóság szintén kulcsfontosságú tényezők voltak, amit a megkérdezettek 28,2%-a hangsúlyozta ki ezeket a tulajdonságokat. A válaszadók 22,6%-a értékelte továbbá a rendelkezésre álló foglalási lehetőségek rugalmasságát, amely lehetővé teszi számukra, hogy a járműhasználatot az időbeosztásuknak és igényeiknek megfelelően alakítsák. (Shaheen, et al., 1998)

Úgy gondolom, hogy ahhoz, hogy átfogóbb képet kapjunk arról, hogy kik alkotják a carsharing cégek célcsoportjait, először a generációs különbségeket kell megismernünk. A mai társadalomban jelenleg hat féle generációt különböztetünk meg a Veteránokat, a Baby Boomereket, az X, az Y, a Z, valamint az Alfa generációt.

A Veteránok 1945-ben és előtte születtek, ők alkotják a nyugdíjas korosztályt. Nekik fontosak a hagyományok és nem nagyon szeretik a változást. Ez a korosztály leginkább akkor kerül

szóba, ha a nyugdíjról vagy egészségügyi kérdésekről van szó. Ők a digitális analfabétizmus miatt nem tartoznak a közösségi autózás felhasználói közé. (Generációk, 2024)

A Baby Boomer korosztály 1946 és 1964 között született. Ők sem nagyon ragaszkodnak a technológiai újításokhoz, de már nyitottabbak, mint az elődjeik. Számukra még fontos a hierarchia. Ez a generáció is már a nyugdíjas éveiben jár, és a mai technológiával is hadilábon áll, ezért ők sem tartoznak a közösségi autózás felhasználói közé. (Generációk, 2024)

Az X generáció 1965 és 1980 között született. Ők már gyermekkorukban megismerkedtek a számítógépekkel és alapszinten megtanulták kezelni azokat. Ez a korosztály már a mai világban is rendelkezik okos eszközökkel és használni is tudja azokat, bár tudások néhol még bizonytalan. Én úgy gondolom, hogy ebben a korosztályban már vannak olyanok, akik szívesen kipróbálják a közösségi autók, de a többség még ragaszkodik a saját tulajdonú autóhoz. (Generációk, 2024)

Az Y generáció az 1981-es és 1995-es évek között születtek, ők már lényegesebben rugalmasak és jobban fel vannak készülve a változásokra, mint a korábbi generációk. Az internet és az okoseszközök lényeges szerepet játszanak a mindennapjaikban. Ez a korosztály több nyelven beszél és kevésbé kételkednek magukban. Itt már annyira nem ragaszkodnak a saját autó tulajdonlásához és mivel már a többségnek van jogosítványa is, így ők már sokkal nyitottabbak az autó megosztásra, a cégeknek őket kellene meg célozni. (Generációk, 2024)

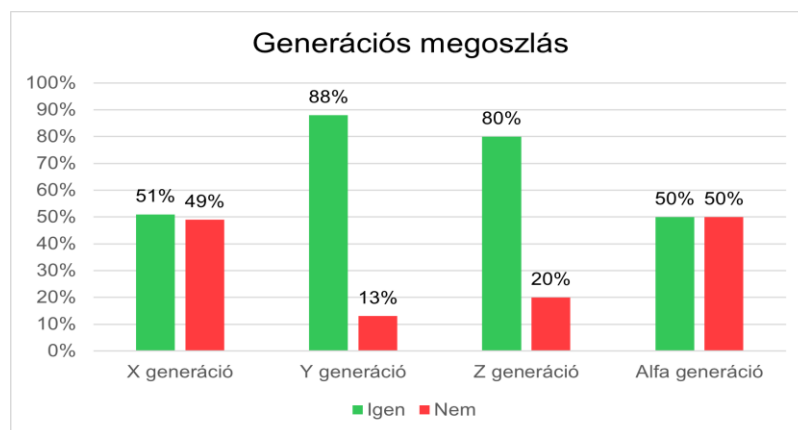
A Z generációba az 1996 és 2009 között született gyerekek tartoznak. Ez a korosztály az amelyik beleszületett az online világba, így már egészen kicsi koruktól kezdve hozzászoktak az internet és az okos eszközök adta lehetőségekhez. Mindig is hozzá voltak szokva az információs terekhez és ahhoz, hogy bármi történik tudják egymással tartani a kapcsolatot. Ebbe a korcsoportba tartozók még jobban függenek az internettől és az okos eszközöktől, mint a Y generáció. Mivel ők már nyitottabbak az újításokra ezért szerintem ezért ők lennének a legideálisabb célcsoport az autómegosztó szolgáltatóknak. (Generációk, 2024)

Akik 2010-2025 születtek, ők az Alfa generációhoz tartoznak. Ők a digitális kor gyermekei, hiszen már kiskoruktól fogva körül vannak véve okos eszközökkel. Egy felmérés szerint az óvodás gyermekek mintegy 50-70%-a használ tabletet, ezáltal a jövőben is magabiztosan fogják kezelni az internetet és az új technológiai eszközöket. A korábbi generációkhoz képest

a multitasking szerves része az életüknek, könnyedén kezelnek egyszerre több platformot vagy akár alkalmazást. Véleményem szerint, amint ezen generáció tagjai is megszerzik a jogosítványt, ők is potenciális felhasználó lesznek a car sharing-nek. (M. Tóth Andrea, 2023)

A jelen generációkat megismerve láthatjuk, hogy az idősebb generációk ragaszkodnak a hagyományokhoz és egyfajta státusz szimbólumként tekintenek az autóra, valamint a technológiai eszközökkel is hadilábon állnak, ezért ők el is utasítják a közösségi autózás gondolatát. Véleményem szerint a szolgáltatóknak elsősorban az Y és a Z generáció tagjaira kellene koncentrálniuk. A jövőben pedig majd az Alfa generációhoz kell igazítani a szolgáltatásaikat.

Az alábbi táblázatban az látható, hogy a kérdőívet kitöltők hány százaléka ismeri vagy hallott már az autómegosztó szolgáltatókról generációnként. A kérdőívre összesen 101 válasz érkezett. Az X generáció tagjai körében az autómegosztó szolgáltatások ismertsége valamelyest kiegyensúlyozott, az "Igen" válaszok aránya csak kismértékben, csupán 2%-kal haladja meg a "Nem" válaszok arányát. Az Y generáció körében kiemelkedően magas az autómegosztó szolgáltatások ismertsége, az "Igen" válaszok aránya 88%. Kimondhatjuk, hogy az az a generáció a leginkább tájékozott az autómegosztó szolgáltatásokról. A Z generáció is jelentős mértékben tud az autómegosztó szolgáltatásokról, az "Igen" válaszok aránya 80%, míg a "Nem" válaszok aránya 20%. Az Alfa generáció körében a kapott információ nem biztos, hogy a valóságot mutatja mivel összesen ketten töltötték ki a kérdőívet ebből a korcsoportból, de az autómegosztó szolgáltatások ismertsége pontosan kiegyensúlyozott, az "Igen" és "Nem" válaszok aránya egyaránt 50%.



2. ábra: Generációs megoszlás a kérdőív kitöltők között
Forrás: saját szerkesztés

Az Y és Z generációk körében az autómegosztó szolgáltatások ismertsége kiemelkedően magas, ami bizonyítja azt, hogy ezek a generációk nyitottabbak az új technológiákra és szolgáltatásokra. Az X generáció és az Alfa generáció esetében az ismertség alacsonyabb, ami lehetőséget jelenthet a szolgáltatók számára, hogy célzott kampányokkal növeljék az ismertséget ezekben a csoportokban.

A fenti megmeglátások alapján egyértelmű, hogy elsősorban az Y és a Z generáció az, amely nyitottabb az autómegosztó szolgáltatások használatára. Fontos azonban azt is figyelembe venni, hogy az idősebb korosztályból nem mindenki rendelkezik saját autóval. Ez különösen fontos a nagyvárosok perem területein, ahol a tömegközlekedési hálózat gyakran nem annyira fejlett, mint a városközpontokban. Az ilyen peremkerületek lakóinak gyakran sokkal kevesebb lehetőségük van, amikor a napi ingázásról van szó. Ezenkívül minden korcsoportban vannak olyan személyek, akiknek nincs szükségük autóra napi szinten, de bizonyos alkalmakkor, például nagyobb bevásárláshoz, rendezvényeken való részvételhez vagy látogatók fogadásához előnyösnek találhatják. Generációtól függetlenül ezek az egyének is potenciális felhasználói lehetnének a megosztott autózásnak.

5.6. A car sharing üzleti modellje

A megosztáson alapuló gazdaságnak az az alapelve, hogy minden termék és minden szolgáltatás megosztható egyaránt megosztható, de ezért a megosztásért fizetni is kell. Ez és így az autómegosztás is három elven alapszik, ezek az érték, a lefedettség és a bizalom. (Julien Bert, et al., 2016)

Az értéket például többféleképpen is lehet értelmezni. Segít a felhasználóknak, hogy kevesebb kiadásuk legyen, így inkább csak akkor fizetnek az adott eszközért vagy szolgáltatásért amikor ténylegesen használják és szükségük van rá. Az autómegosztás esetében ez azt jelenti, hogy nem kell kifizetni az autó teljes vételárát, hanem csak arra az időre kell fizetniük amíg a használatukban van a jármű. (Julien Bert, et al., 2016)

A lefedettség magába foglalja a szolgáltatás térbeli és időbeli lehetőségét. Ez a szolgáltatás csak akkor lesz sikeres, ha a felhasználók számára mindig és mindenhol rendelkezésre tud állni egy jármű. Ehhez viszont az kell, hogy a szolgáltatóknak nagy létszámú flottái legyenek. (Julien Bert, et al., 2016)

Végül pedig a bizalom kiépítése létfontosságú ebben a szektorban. A szolgáltatóknak mihamarabb ki kell építeniük az ügyfelekben a bizalmat. Ehhez elengedhetetlen egy erős márka kiépítése. A bizalomnak azonban kölcsönösnek kell lennie, hiszen a szolgáltatók saját tulajdonukat teszik kockára azzal, hogy felkínálják őket idegeneknek kibérelhetőség céljából. (Julien Bert, et al., 2016)

Az autómegosztás egyik legnagyobb kihívása a költségek alacsony szinten tartása. A költségek több tényezőből adódnak össze, először is a szolgáltatóknak egy nagyobb kezdeti befektetésre van szükségük, hogy egyáltalán létre tudják hozni a saját autóparkjukat. Másodszor ott vannak az üzemeltetési költségek, ide tartoznak parkolási díjak, az autók karbantartása, a biztosítás és az üzemanyagköltségek is. (HVG BrandLab, 2023) Végül van a technológiai költség, ami magába foglalja az olyan technológiákat, amely ahhoz szükséges, hogy továbbra is működni és fejlődni tudjanak a cégek, ilyenek például az alkalmazások, valamint a flotta kezelő rendszerek is.

Az autómegosztás célja, hogy olyan felhasználók, akik egyébként nem vezetnek autót, arra ösztönözze, hogy gyakrabban használják a megosztott autókat. A flotta méretét úgy kell meghatározni, hogy a felhasználó közelében mindig legyenek elérhető autók - de ne annyi, hogy kihasználatlanul álljanak az autók a parkolóban. Az egyik autómegosztó szolgáltató például 15-20 járművet kínál fel felhasználónkként, így garantálja 95%-os rendelkezésre állást. (Shaheen, et al., 1998)

További fontos tényező még az, hogy milyen minőségű autókból áll maga a flotta. (Julien Bert, et al., 2016) Egy felhasználónak nem az a legfontosabb, hogy prémium kategóriás autót tudjon bérelni, hanem az, hogy az autó, amit használni fog műszakilag kifogástalan állapotban legyen. Mindamellet, hogy a prémium autók bérlete drágább is mint egy átlagos autóé.

Egy car sharing szolgáltató sikeres működéséhez megközelítőleg fél millió ember szükséges. Emiatt van az, hogy a cégek főként a fővárosra és esetleg néhány nagyobb városra fókuszálnak, ez leginkább Észak-Amerikára és Európára érvényes. Mivel az egy főre jutó jövedelem kisebb Ázsiában ezért ott, ott kell létrehozni szolgáltatókat, ahol a lakosság meghaladja vagy eléri a közel 5 millió főt. (Julien Bert, et al., 2016)

Az autómegosztásnak jelentős környezeti és társadalmi hatásai vannak, ezért a szolgáltatóknak célszerű kihasználniuk az ebből adódó előnyöket. Az egyik ilyen előny lehet a kormányzati támogatások megszerzése. Figyelemre méltó példa például a Lufthansa, amely alkalmazottai számára, lehetővé teszi, így számukra nem kell további parkolóhelyeket fenntartaniuk, ami jóval költségesebb lenne. (Shaheen, et al., 1998)

Az ilyen gyakorlatok bevezetésével a nagyvállalatok javíthatják a társadalmi felelősségvállalási profiljukat, megmutathatják a környezetbarát megoldások iránti elkötelezettségüket, valamint javíthatják a dolgozók elégedettségét miközben csökkentik a működési költségeket.

5.7. Car sharing hatása az autóiparra

Az autómegosztás az utóbbi években a hagyományos autótulajdonlás népszerű alternatívájává vált, elsősorban az olyan városi területeken, ahol az autó birtoklás drága lehet. Ez jelentős hatással volt az autóiparra, arra kényszerítve az autógyártókat, hogy újra gondolják üzleti modelljeiket és alkalmazkodjanak a fogyasztók változó preferenciáihoz. Mivel egyre többen választják az autómegosztó szolgáltatásokat, csökken az új autók iránti kereslet, ami végül a járművek gyártására és értékesítésére is egyaránt hatással van.

Abból kiindulva, hogy a felhasználók többsége továbbra sem rendelkezik saját autóval, elmondható, hogy ezentúl is csökkenthet a jármű használat. Egy tanulmány szerint 1990 - 1994 között az emberek körülbelül 30%-a adta el a saját autóját miután regisztrált egy autómegosztó szolgáltatásra. (Shaheen, et al., 1998) Ezzel szemben egy másik felmérésben, arra a következtetésre jutottak, hogy még sem várható jelentős csökkenés az új autók eladásának számában. 2016-ban azt jósolták, hogy Amerikában 52 ezerrel, Ázsiában 462 ezerrel és Európában pedig 278 ezerrel kevesebb új autót fognak eladni 2 év múlva. (Julien Bert, et al., 2016)

Az autómegosztás gyártókra gyakorolt lehetséges hatásait illetően számos lehetőséget is felvázoltak, többek között a következőket: „evolúció”, „zavar”, valamint a „folytatás”. E lehetőségek mindegyike egyedi perspektívát mutat be arra vonatkozóan, hogy az autóipar hogyan alkalmazkodhat a megosztott mobilitás növekvő trendjéhez. (Julien Bert, et al., 2016)

Az "evolúciós" nézet azt sugallja, hogy az autómegosztás egyre nagyobb szerepet fog betölteni a közlekedésben, de nem fogja teljesen átvenni a személyautók helyét. Ez a megközelítés elismeri az autómegosztás előnyeit, mint a költséghatékonyság, a környezetvédelmi szempontok és a parkolási nehézségek csökkentése, ugyanakkor elfogadja a saját autó nyújtotta szabadságot, kényelmet és státuszt is. Bár néhányan majd megválnak az autóiktól, de ez nem lesz hatással az autógyártásra, hiszen a kieső forgalmat az autómegosztók flottabővítése fogja pótolni. (Julien Bert, et al., 2016)

A "zavar" igazából azt jelenti, hogy a korábban státuszsimbólumként kezelt autót hirtelen csak egy eszköznek látják. Az emberek már nem azzal a céllal vásárolnak autót, hogy a külvilágnak demonstrálják anyagi helyzetüket vagy társadalmi rangjukat, hanem azért, hogy hatékonyan és kényelmesen eljussanak egyik helyről a másikra. Ez közvetlen hatással lenne az autópiacon, csökkenne az értékesített autók száma, ami bevételkiesést okozna az autógyártóknak. (Julien Bert, et al., 2016)

Az utolsó előrejelzés, ami egyben a legóvatosabb is a „folytatás”. Eszerint az autómegosztó piac lassan és fokozatosan fog növekedni, de nem fog jelentős felfordulást okozni a hagyományos autóiparnak. Csak néhányan válnának meg a saját autóiktól, ami nem lesz hatással az autógyártókra nézve. (Julien Bert, et al., 2016)

Úgy gondolom, hogy egyelőre az autógyártó vállalatoknak jelenleg nem jelentenek konkurenciát a megosztó szolgáltatók. A saját autóhoz való ragaszkodás ugyanis továbbra is erős több generáció körében. Emellett a szolgáltatások elterjedtsége is korlátozott, hiszen jelenleg nem érhető el mindenhol. Magyarországon például a cégek szinte kizárólag a fővárosban találhatók meg és nem gondolom, hogy ez a helyzet a közeljövőben jelentősen változni fog.

5.8. A közösségi közlekedés magyarországi helyzete

A közösségi autózáshoz hozzá tartozik még a telekocsizás is, ami egyre népszerűbb a fiatalok körében. A telekocsizás lényege, hogy az autó vezetője elvisz magával egy vagy több ugyan arra tartó utast, akikkel megosztóznak az út költségein. Hazánkban is elérhetőek már a külföldön jól ismerte BlaBlaCar és az Oszkár Telekocsi Rendszer is. (Lexiq, 2021)

1999-ben az Avalon Car(e) Services Kft., mint autókölcsönző cég lépett az autópiacra. 2003-ban autószer vízzel bővítették a szolgáltatásaik körét, de eleinte csak a tulajdonukban lévő autók kifogástalan állapotáért feleltek. Ezután 2011-ben elkezdtek kidolgozni a „CareSharing” üzletágukat, ezzel ők lettek az első autómegosztó szolgáltatást nyújtó cég hazánkban. Két év tervezés után 2013-ban tudták ténylegesen elindítani ezt a szolgáltatást, ahol autót lehet bérelni és a használt idő, valamint a megtett kilométer után kell fizetni. A vállalat sikeresen működött, de 2019-ben mégis úgy döntöttek, hogy közösségi-autótanácsadóként folytatják a munkájukat. (Avalon CareShanig honlap, dátum nélk.)

2015-ben indult el hazánk első reptéri közösségi autókölcsönzője, a Beerides. A szolgáltatás lényege az volt, hogy mialatt valaki külföldön tartózkodik, addig bérbe tudja adni a saját autóját, akár csak pár napra, de egy hétre is. Az autót a cég telephelyén kellett leadni, itt az autó átesett egy kötelező műszaki ellenőrzésen és ha minden rendben volt, onnantól bérelhetővé is vált az autó. Ezért cserébe a tulajdonost ingyen eljuttatták a repülőtérre, valamint részesedést is kapott a kölcsönzésből. A vállalat honlapján elérhető volt egy kalkulátor, mellyel ki lehetett számolni mekkora bevételre tehet szert, még akkor is, ha autóját senki nem bérelte ki. A bérlet során nem volt szükség semmilyen kontaktra, így a kölcsönzés 24 órában lehetséges volt. Az ügyfelek nagyrésze külföldi volt, akik nagyon alacsony áron juthattak autóhoz, miután kifizették a 18 000 forintos kauciót. (Zách Dániel, 2018)

A magyar sikerek után a Beerides elérhetővé tette a szolgáltatást a külföldi repülőtereken is például, Dortmundban és Düsseldorfban is. 2018 novemberében a frankfurti és berlini repülőtereken is megjelentek és tovább is szerettek volna terjeszkedni mégpedig Münchenbe, de erre már nem volt lehetőségük. 2018-ra a szolgáltató árbevétele 40 millió forint fölé nőtt, de az adózott eredménye alapján valamivel több mint 150 millió forintos veszteséget realizált. 2019-ben miután törölték a cég Facebook oldalát bejelentették, hogy a Beerides felszámolás alá került. (24.hu, 2019)

2016-ban indult útjára a GreenGo, amely egy kizárólag elektromos flottával rendelkező szolgáltató volt. Két évre rá, 2018-ban a MOL GROUP is létre hozta a saját közösségi autómegosztó szolgáltatását, melyet MOL Limo névre keresztelt. 2019. áprilisában megjelent a Drive Now, amit SHARE NOW néven is ismerhetünk, de ez a szolgáltató 2023-ban név és arculat váltáson ment keresztül, így ma már Wigo néven ismerjük. (Tatai, et al., 2022)

Jelenleg nem csak autókölcsönzésre van lehetőség hazánkban, hanem kerékpárokat is lehet, melyre jó példa a 2014-ben indult MOL Bubi. Emellett 2019-től elektromos rollereket is lehet kölcsönözni a Lime szolgáltató által.

Amint látható számos megosztó szolgáltatás van jelen hazánkban, azonban egyelőre csak a fővárosban érhetőek el, de remélhetőleg a jövőben több hazai nagyvárosban is lehet majd őket használni.

6. PRIMER KUTATÁS

A dolgozatomhoz szükséges kutatást kvantitatív módszerekkel végeztem. Kérdőívet készítettem a Google Forms segítségével, amit a Facebook-on és e-mailen keresztül küldtem ki. Céлом a minimum 100 kitöltő volt, végeredményben pedig 101-en küldték el a válaszukat. Azért, hogy minél több különböző válasz érkezzen nem csak az ismerőseim körében osztottam meg, hanem nyílt Facebook csoportokban megosztottam.

A kérdések az autómegosztók ismeretségét és használatát célozta meg. A válaszadók jobb kategorizálhatósága érdekében 4 demográfiai kérdéssel kezdtem a kérdőívet, melyek a nemet, az életkort, az iskolázottságot és a lakhelyet érintették. Továbbá 10 kérdésben mértem fel a válaszadók carsharing szokásait, elégedettségét és javaslatait, melyek az következők voltak:

1. Milyen közlekedési módokat használ leggyakrabban?
2. Hallott-e már Ön az autómegosztó szolgáltatásról?
3. Milyen autómegosztó szolgáltatásokat ismer?
4. Használt-e már Ön autómegosztó szolgáltatást?

Amelyik kitöltő a 4. kérdésre a „Nem” választ adta, neki automatikusan véget ért a kérdőív, így a 5.-10. kérdésre csak olyan személyek válaszolhattak, akik ténylegesen vettek igénybe autómegosztó szolgáltatást.

5. Milyen okból kifolyólag használta ezeket a szolgáltatásokat? (Több válasz lehetséges)
 - a. Saját autó hiánya
 - b. Saját autó meghibásodása
 - c. Van autó a háztartásban, de más használja
6. Milyen gyakran vesz igénybe autómegosztó szolgáltatást?
7. Mennyire fontosak az Ön számára az alábbi szempontok, amikor carsharing-et vesz igénybe?

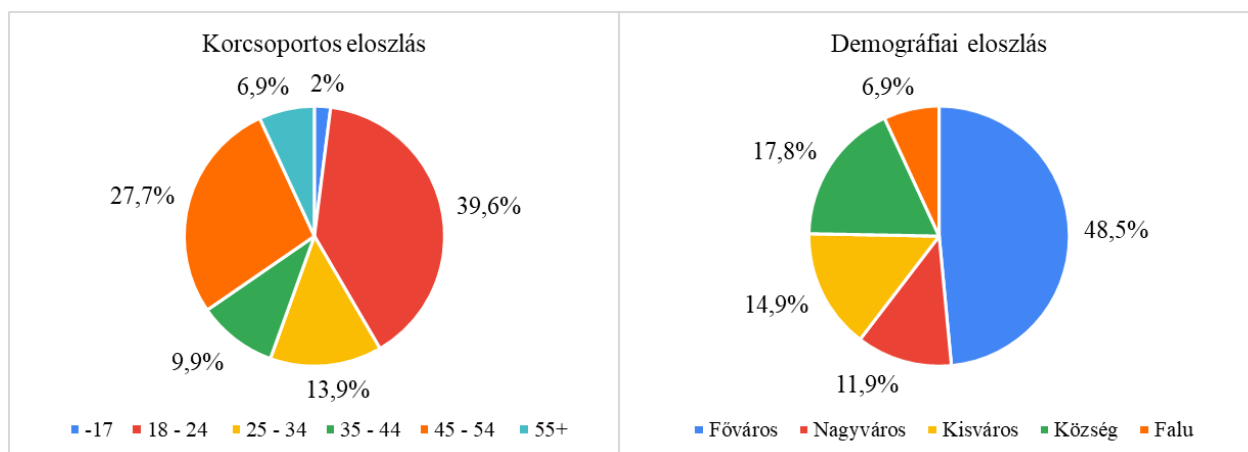
- a. Ár
 - b. Környezetbarát megoldások
 - c. Elérhető távolságon belüli jármű
 - d. Biztonságosabb járművek használata
 - e. Járművek állapota és típusa
 - f. Könnyű eligazodás a szolgáltatáó platformján
8. Melyik cég szolgáltatását szokta leggyakrabban igénybe venni?
9. Mennyire elégedett ennek a cégnek a szolgáltatásaival az alábbi szempontok alapján?
- a. Felvételi és letételi pontokgyakorisága
 - b. Rendelkezésre jutó autók száma
 - c. Autók műszaki állapota
 - d. Szolgáltatási díj
10. Milyen javaslatai lennének az autómegosztó szolgáltatások fejlesztésére/népszerűsítésére?

Fontos kiemelni, hogy mivel a kutatásom eléggé szűkkörű emiatt nem lehet a magyar társadalom egészére általánosságokat levonni az eredményekből.

6.1. Kérdőív eredmények

A 101 kitöltőből 81,2%-ban nők és 18,8%-ban férfiak. A korcsoportonkénti eloszlást 6 csoportra osztottam, 17 év alattiak, 18-24, 25-34, 35-44,45-54 és az 55 év felettiekre.

A legtöbben a 18-24 éves korosztályból töltötték ki a kérdőívet, ami az összes kitöltő 39,6%-át fedi le. Második legnagyobb létszámban a 45-54 éves korcsoport töltötte ki, 27,7%-kal, majd a 25-34 évesek 13,9%-kal. A 35-44 éves korcsoport 9,9%-ot tesz ki az összes kitöltőből, míg az 55 év felettiek és a 17 év alattiak együttesen a 10%-ot sem érik el. A demográfiai eloszlást tekintve a kitöltők majdnem fele 48,5%-a él a fővárosban,17,8%-a községekben, 14,9%-a kisvárosban, 11,9%-a nagyvárosban és 6,9%-a faluban.



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

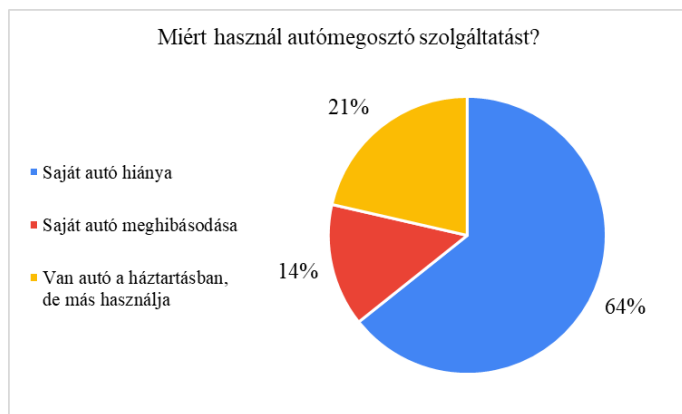
4. ábra: Demográfiai eloszlás a kérdőív kitöltők között
Forrás: Saját szerkesztés

A következő kérdésem a kitöltők legmagasabb iskolai végzettségére vonatkozott. Az összes válaszadó 44,6%-nak a az érettségi bizonyítvány a legmagasabb iskolai végzettsége, ezután 26,7%-nak van valamilyen OKJ-s végzettsége és a maradék 28,7% rendelkezik főiskolai vagy egyetemi oklevéllel.

Ezután arra voltam kíváncsi, hogy melyik az a közlekedési forma, amit a legtöbben használnak, ennél a kérdésnél több választ is meglehetett jelölni. Nem meglepő módon a többség a személyautót preferálta és a tömegközlekedést. Ezt követte harmadik helyen a gyaloglás. A negyedik és ötödik helyen a kerékpár és az elektromos roller állt, melynek a használata nem olyan népszerű a kitöltők körében.

A következő két kérdés szorosan kapcsolódik egymáshoz először is „Hallott-e már az autómegosztó szolgáltatásról?” erre a kitöltők 71,3%-a „Igen”-nel válaszolt. Meglepő módon viszont, arra a kérdésre, hogy „Használt-e már autómegosztó szolgáltatást az összes kitöltőből mindössze 13,9%, azaz 14 személy válaszolt „Igen”-nel.

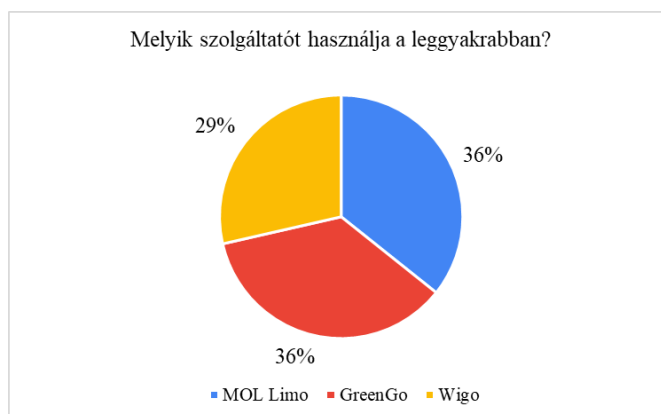
A következőkben ennek a 14 kitöltőnek a válaszait fogom megvizsgálni.



5. ábra: A kitöltők miért használják autómegosztó szolgáltatást?
Forrás: Saját szerkesztés

Látható, hogy a 14 válaszadóból 64% azért vesz igénybe az autómegosztó szolgáltatást, mert nem rendelkezik saját autóval, 21% azért, mert rendelkezik saját autóval, de az meghibásodott. Végül pedig 14%, azért, mert a háztartásban valaki más használja az autót.

A válaszadók közül 5 ember, azaz 36% használta már többször a MOL Limo-t, szintén 36% a GreenGo-t, és egy kicsivel kevesebben, 4-en használták a Wigo-t, amely 29%-ot tesz ki.



6. ábra: A kitöltők melyik szolgáltatót használják a leggyakrabban
Forrás: Saját szerkesztés

7. A HAZAI CAR SHARING SZOLGÁLTATÓK

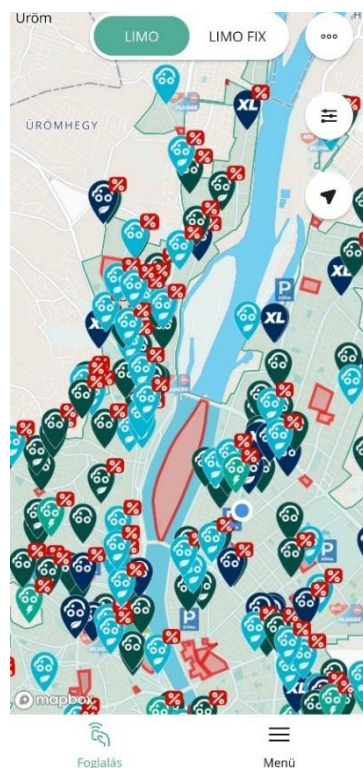
7.1. MOL Limo

A Mol Limo a Mol cégcsoport tagjaként jött létre 2018. január 25.-én. Kezdetekben a cég közösségi biciklikkel foglalkozott, és utána tértek át az autókra. 2030-ig szóló stratégiájukban hatalmas szerepet fordítanak a közösségi mobilitás elősegítésére, ez abból is látható, hogy a szolgáltatás a Limitless mobility, azaz a határtalan mobilitás nevet viseli. (MOL honlap, 2025)

Jelenleg a legszínesebb autó kínálattal rendelkezik a cég, a felhasználók 11 féle autótípusból tudnak választani, ezen belül dízel, benzines, hibrid és elektromos autók közül. A flotta darabjai a középosztályos személyautókon át a luxus kategóriáig terjednek, de dobozos kis furgon bérelésére is van lehetőség. Eleinte az autóflottájuk mindössze 300 autóból állt, 100

elektromosból és 200 benzinesből. Melyet azóta is folyamatosan bővítenek, így 2020-ra 450 darab járművet tudtak bérelni a felhasználók, amelyek között megtalálható 300 darab benzines, automata és manuális váltós jármű, 100 darab elektromos autó és ezen kívül 50 darab prémium kategóriájú Mercedes-Benz autó, melyet 2018-ban szerzett be a cég. (MOL honlap, 2025)

Az autók bérlete is egy igen egyszerű folyamat. Első lépésként le kell tölteni a MOL Limo saját applikációját, amely világszerte elérhető Android és iOS készülékeken. Miután sikerült az alkalmazást letölteni, ki kell tölteni a szükséges személyes és banki adatokat, feltölteni képet a jogosítvány mindkét oldaláról, a lakcímkártyáról, egy szelfit is kell csinálni a jogosítvánnyal, valamint be kell fizetni a 2 490 Ft-os regisztrációs díjat. Ezek után a MOL csapata 24 órán belül aktiválja a profilt és már lehet is autót bérelni. Ezt a szolgáltatást csak olyan magánszemélyek vehetik igénybe, akik betöltötték a 18. életévüket és minimum egy év eltelt a jogosítványuk megszerzése óta. (MOL honlap, 2025)



7. ábra: MOL Limo foglalható autói
Forrás: MOL Limo applikáció

Az aktiválás után az applikációba belépve láthatjuk a hozzánk közel lévő autókat, melyeket le is tudunk foglalni. Az térképen a különböző színek is más-más autót jelölnek: a türkizkék az elektromos, a világoskék a hibrid, a sötét kék a drágább árkategóriás autókat, a sötét zöld pedig

a benzines autókat mutatja, valamint XL jelöléssel a nagyobb méretű autókat lehet látni. A kiválasztott ikonra kattintva meg nézhetjük az autó adatait, hogy milyen típusú és felszereltségű, mi a rendszáma, ha elektromos autó akkor, hogy mekkora a hatótáv, ha nem akkor meg, hogy mennyi üzemanyag van az autóban. Az autó kiválasztása után 25 percig lehet lefoglalni vagy törölni a foglalást. Amikor odaértünk az autóhoz az alkalmazással kell kinyitni és fel fog tenni egy olyan kérdést, hogy az autón található-e sérülés és ha található azt jelenteni kell, emellett még egy egytől háromig terjedő skálán értékelni kell azt is, hogy elégedettek vagyunk-e az autó tisztaságával. Ezek után már nincs más dolgunk, mint elindulni a kiválasztott autóval. A Limo-zónán belül bárhol ingyenesen le tudunk parkolni és ha kimegyünk ebből a zónából azt az autó jelezni fogja. A használat után le kell zárni az autót az applikációban található lakat ikonnal. (MOL honlap, 2025)

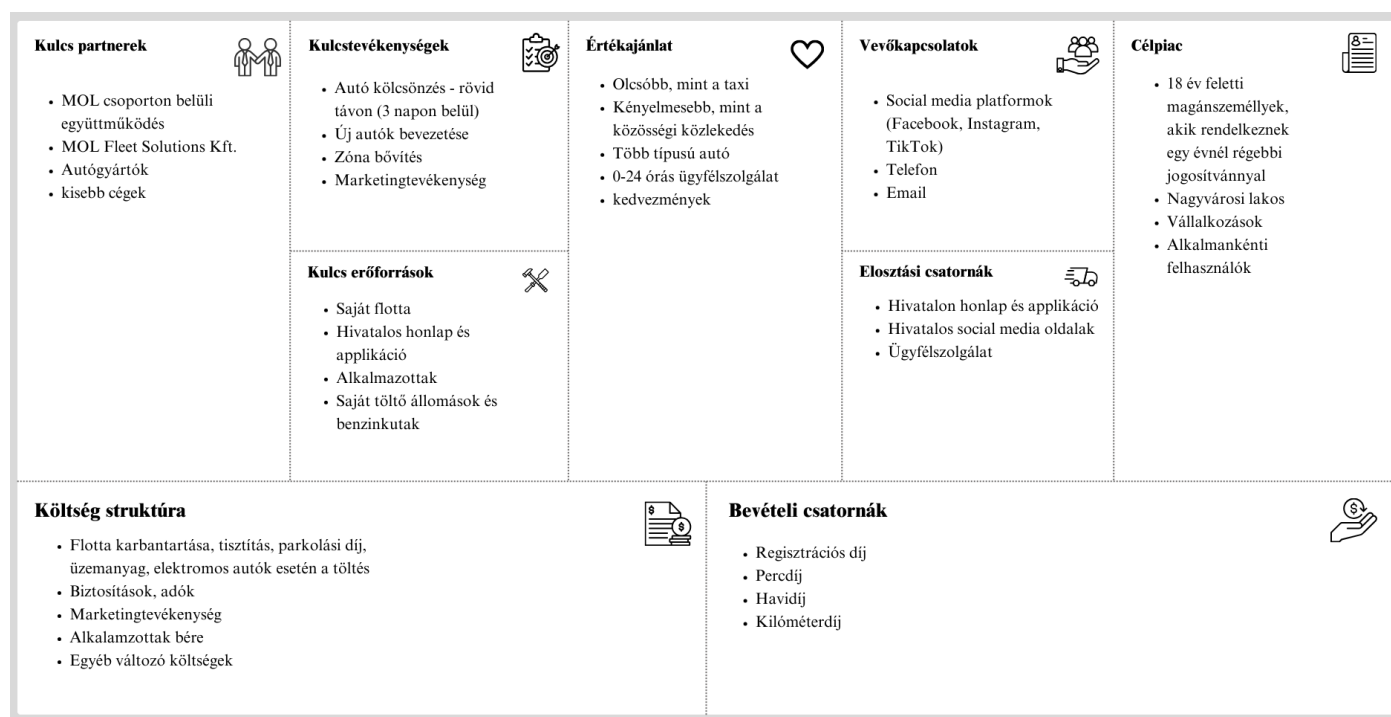
	Dacia Spring, Fiat 500 Hybrid, Volkswagen Up, Kia Picanto	Toyota Yaris Cross Hybrid, Suzuki Vitara Hybrid, Toyota Yaris Hybrid, Opel Astra	Mercedes-Benz A-Class, Opel Combo Cargo, Toyota Corolla Cross Hybrid	Opel Movano
Bérlés indítási díj	300 Ft	400 Ft	500 Ft	1 000 Ft
61 perc alatti díj	250 Ft/km	340 Ft/km	440 Ft/km	550 Ft/km
2 óra	3 900 Ft	5 900 Ft	8 500 Ft	10 500 Ft
+ Kilométer díj	120 Ft/km	120 Ft/km	120 Ft/km	150 Ft/km
3 óra	5 200 Ft	7 800 Ft	11 400 Ft/km	14 000 Ft
+ Kilométer díj	120 Ft/km	120 Ft/km	120 Ft/km	150 Ft/km
4 óra	6 500 Ft	9 900 Ft	14 400 Ft/km	17 500 Ft
+ Kilométer díj	120 Ft/km	120 Ft/km	120 Ft/km	150 Ft/km
5 óra	7 800 Ft	11 800 Ft	17 000 Ft/km	21 000 Ft
+ Kilométer díj	120 Ft/km	120 Ft/km	120 Ft/km	150 Ft/km
1 nap (50 km felett)	12 000 Ft	17 000 Ft	22 000 Ft/km	30 000 Ft
+ Kilométer díj	120 Ft/km	120 Ft/km	120 Ft/km	150 Ft/km
2 nap (100 km felett)	24 000 Ft	34 000 Ft	44 000 Ft/km	60 000 Ft
+ Kilométer díj	120 Ft/km	120 Ft/km	120 Ft/km	150 Ft/km
3 nap (150 km felett)	30 000 Ft	42 500 Ft	55 000 Ft/km	75 000 Ft
+ Kilométer díj	120 Ft/km	120 Ft/km	120 Ft/km	150 Ft/km
Reptér díj - városból a reptérre (fix ár)	2 990 Ft			
Reptér díj- reptérrel a városba (fix ár)	1 490 Ft			
Regisztrációs díj	2 490 Ft			

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

Jelenleg három csomag közül tudunk választani az alkalmi csomag, a havidíjas csomag és a leutazható csomag közül, ezen kívül még van egy olyan szolgáltatás, melyet akkor vehetünk igénybe, ha három napnál hosszabb ideig szeretnénk használni az autót, az a Limo FIX szolgáltatás. Mindhárom csomagban található négy alcsoport, melyek az autók márkájától,

felszereltségétől, utastér nagyságától és az autópálya matricától függenek. Mind a három csomag első alcsoportjában található autók csak pest megyei autópálya matricával rendelkeznek, míg a többi három csoportban foglalható autók országos autópálya matricával. A bérlet indítási díj is exponenciálisan nő az autók felszereltségével. Emellett azt is meg lehet nézni, hogy az adott órákban mennyi a díj és egy kilométer ára, például, ha kiválasztom, hogy én az Opel Astra-t szeretném használni három órán keresztül akkor a bérlet indítási díj az 400 Ft, a háromórás díj az 7 800 Ft és még kilométerenként 120 Ft. Akkor ha 61 percnél kevesebb időre szeretnék bérbe venni egy autót akkor csak a levezetett kilométerek után kell díjat fizetnem, ami viszont itt a legmagasabb, és maradjunk az Opel Astra-nál a 61 percnél többet használt autók kilométer díja 120 Ft/km, míg a 61 percen belül használt autóké 340 Ft/km. (MOL honlap, 2025)

7.1.1. A MOL Limo üzleti vászon modellje



8. ábra: A MOL Limo üzleti vászon modellje
Forrás: saját szerkesztés

Az üzleti vászon modellhez szükséges adatokat elsősorban a kiküldött kérdések alapján gyűjtöttem össze, valamint a honlapon és az applikációban elérhető információkkal.

A MOL Limo a MOL csoport tagjaként működik, ezért ez a vállalat a legfontosabb üzleti partnere is. Az autók karbantartását és a flotta kezelést is például a MOL Fleet Solutions Kft. végzi. Emellett még kulcsfontosságú partnerek az autógyártó cégek is, akik magát a flottát

biztosítják a cég számára. Az említett vállalatok mellett még számos kisebb céggel is partneri kapcsolatban állnak.

A kulcs tevékenysége elsősorban az autók bérlésének biztosítása rövid távra. Ezen felül, azonban még számos egyéb feladat is felmerül. Egy állandó kérdés a meglévő flotta bővítése és az új modellek bevezetése is.

A kiemelt erőforrásai közé tartozik a saját autó flottájuk, a honlapuk, valamint a hivatalos applikációjuk. Ezek nélkül igazából nem is tudna működni a cég. Ide tartoznak még az alkalmazottak, akiknek feladataik közé tartozik az autók takarítása, tankolása vagy töltése. Fontos megemlíteni, hogy a MOL saját töltőállomásokkal rendelkezik, ahol szabadon tudja tölteni az elektromos autókat, valamint a benzineseket is a MOL benzinkutaknál tankolni.

Az értékajánlathoz, olyan dolgok tartoznak melyek a fogyasztók igényeit elégítik ki. Ide sorolható a megfizethetőség, a kényelem, az, hogy a felhasználók több típusú autó közül tudnak választani 0-24 órában, emellett kedvezmények is elérhetőek az előfizetők számára. A havidíjas előfizetők a 10%-os kedvezmény mellett ajándék Mol Bubi bérletet is kapnak, hogy az autózás mellett a városban biciklivel is közlekedhessenek.

A mai világban a legjobb hely arra, hogy új felhasználókat tudjanak szerezni a vállalatok az internet. Mind a mellett, hogy a cég rendelkezik hivatalos MOL Limo honlappal és applikációval, a közösségi média felületein is megtalálható, mint például a Facebook-on, az Instagram-on vagy éppen a TikTok-on.

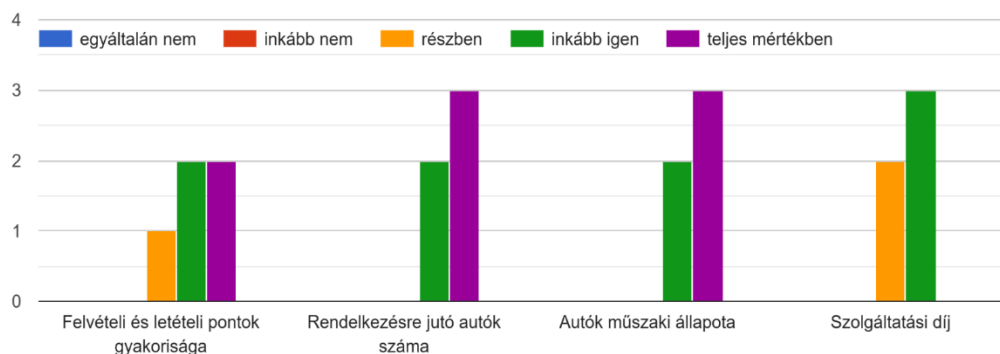
A MOL Limo célcsoportjába az olyan magán felhasználók tartoznak, akik nagyvárosokban vagy azoknak a közelében élnek, illetve betöltötték a 18. életévüket és rendelkeznek 1 évnél régebbi jogosítvánnyal, vállalatok és az olyan alkalmankénti felhasználók, akik önhibájukon kívül nem tudják használni a saját autójukat.

A cég által megosztásra szánt autókat a fogyasztók mindössze egy évig használják, utána pedig átkerülnek belső használatra például logisztikai vagy szállítási feladatokra is használhatják ezeket az autókat vagy akár újra is hasznosíthatják őket, de a helyükre új autók érkeznek. Az új autók beszerzését maga az egyik MOL cég végzi. Az autók töltése nem igényel hatalmas ráfordításokat, hiszen mind a MOL benzinkutaknál vagy töltő állomásoknál történik. A flotta karbantartása viszont már igen, az autók miatt kell parkolási díj, valamint ide tartoznak még a biztosítási díjak, az adók és az alkalmazottak bére is. Ezzel ellentétben a bevétele csupán a

regisztrációs díjakból, a percdíjakból, a havidíjakból és a kilométerdíjakból tevődik össze. Szerintem jól látszik, hogy a MOL Nyrt. támogatása nélkül a MOL Limo nem lenne olyan sikeres, mint amilyen most.

7.1.2. MOL Limo módszertani elemzés

Mennyire elégedett ennek a cégnek a szolgáltatásaival az alábbi szempontok alapján?



9. ábra: A kitöltők elégedettsége a MOL Limo szolgáltatóval szemben

Forrás: Saját szerkesztés

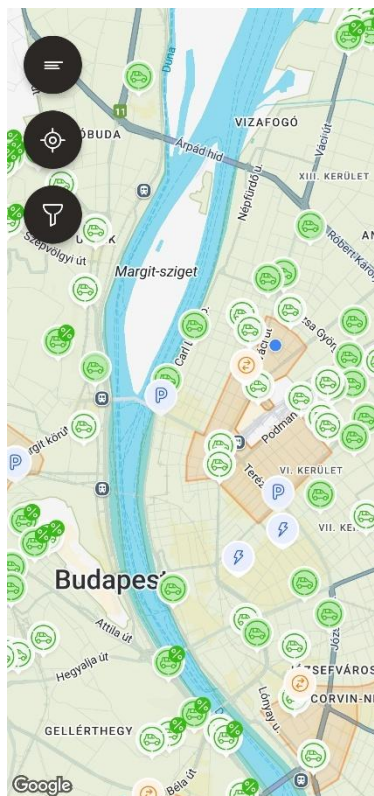
A ábra alapján elmondható, hogy a szolgáltatásokkal kapcsolatos ügyfél-elégedettség nagyobb részben pozitív, mint negatív. Különösen az autók műszaki állapota és a szolgáltatási díj kapott kedvező értékeléseket. Ugyanakkor az autók számával és a felvételi/letételi pontok gyakoriságával kapcsolatban vegyes vélemények születtek, ami fejlesztési lehetőségekre adhat okot.

7.2. GreenGo

Mitchaletzky Bálint és társa 2013-ban alapították meg startupként indult vállalkozásukat, a GreenGo-t. Mitchaletzky elutazott nyugat-európai országokba, hogy tanulmányozza az ottani autó megosztó szolgáltatásokat, majd három év fejlesztés után 2016-ban beléptek a budapesti piacra, mint a legelső szolgáltatók. A 2017-es év nagy sikereket hozott, mint egy 170 darab elektromos autóból álló flottát és 6000 felhasználót sikerült szereznie a cégnek, emellett a Central European Startup Awards-on megnyerte a legjobb intelligens város megoldásért járó díjat. Azonban 2018-ban a versenytársak belépésével stratégiát kellett váltani, hogy terjeszkedni tudjanak. (konferencia.hvg.hu, 2025) (GreenGo honlap, 2025)

2016-ban a vállalat mindössze 45 autóval kezdte meg a működést, de mára már 500 autóból álló flottát tudhat a magáénak. Különlegessége, hogy a környezettudatosságra tekintettel a cég kizárólag elektromos autókat kínál a felhasználóknak, személyautókból a Kia Nero EV-t, a Skoda Citigo e iV-t és a Volkswagen e-up!-ot, furgonokból pedig a Renault Kangaroo Z.E-t és az Opel Vivaro-e-t. Az utóbbi kettő a GreenGo Cargo és a GreenGo Cargo L szolgáltatás néven fut, ahol a bérlők nagyméretű csomagszállításra alkalmas járműveket bérelhetnek. (GreenGo honlap, 2025)

Az autókat csak regisztráció után tudjuk igénybe venni, melyet meg tudunk tenni a honlapon vagy az alkalmazásban is, amely elérhető az Android és az IOS készülékeken. Ennek során szükségünk lesz egy 1 évnél régebbi jogosítványra, valamint egy személyi igazolványra, emellett még levonásra kerül a bankkártyánkról egy 2 490 forintos regisztrációs díj, 4 napon belül aktiválják a fiókunkat és már is lehet használni a szolgáltatást. Ezután az alkalmazás segítségével meg lehet nézni melyik autó van hozzánk a legközelebb és le is lehet foglalni. A Limohoz hasonlóan láthatóak a térképen a közelben lévő foglalható autók, melyekre, ha rá kattintunk meg tudjuk nézni a foglalni kívánt autó tulajdonságait. Láthatjuk az autó rendszámát, a töltöttségi szintjét, és azt ez körülbelül mekkora út megtételére lesz elég. (GreenGo honlap, 2025)



10. ábra: GreenGo foglalható autói
Forrás: GreenGo applikáció

Az autó kiválasztása után már csak le kell foglalni az autót, a Lefoglalom gombra kattintva. Amikor oda értünk az autóhoz a Kinyitom gomb megnyomásával fog elkezdődni a bérlet. Mielőtt azonban beszállnánk az autóba négy képet kell készítenünk a járműről négy különböző szögből, hogy rögzítsük az autó állapotát, ez azért fontos, hogy a GreenGo csapata nyomon tudja követni a forgalomban lévő járművek állapotát. Az autó belső terében is végre kell hajtunk egy szemrevételezésen alapuló ellenőrzést és ha valamilyen szennyeződést látunk azt a Seprű ikonnal tudjuk bejelenteni. Az autók indításához kulcsra sincs szükségünk, P állásban rálépünk a fékre és 2 másodpercig nyomva tartjuk START/STOP gombot. A használat vége után az autót a GreenGo zónán belül kell leparkolnunk figyelve arra, hogy a töltöttségi szint ne legyen egyenlő a nullával. Ahhoz, hogy a bérleti folyamatot lezárjuk újra képeket kell csinálnunk, az autóról, és ezután a Bérlet zárása gombbal fog befejeződni a folyamat. (GreenGo honlap, 2025)

Jelenleg négy fajta díjcsomag elérhető a Green, a Green U25 a Green Plus és a Green Premium. A Green csomag olyan felhasználóknak lett kitalálva, akik havidíj nélkül szeretnék igénybe venni az autókat. A Green U25 csomag kifejezetten a 25 év alatti fiatalokat célozza meg, a legalacsonyabb mindössze 490 forintos havidíjjal. Emellett a fiataloknak olyan kedvezményeket is nyújtanak, mint az ingyenes éjszakai parkolás és a hétvégi napidíj-kedvezmény. A Green Plus csomag elérhető havi előfizetésben, a Premium pedig havi és éves előfizetésben is. Emellett már azt is ki lehet számolni a GreenGo Kalkulátorral, hogy éves szinten mennyit használjuk autónkat, és jobban megérné-e GreenGo-ra váltani, ha igen akkor még egy csomagot is ajánl nekünk a kalkulátor. Üzleti megoldásokat is kínálnak kis- és nagyvállalkozásoknak. (GreenGo honlap, 2025)

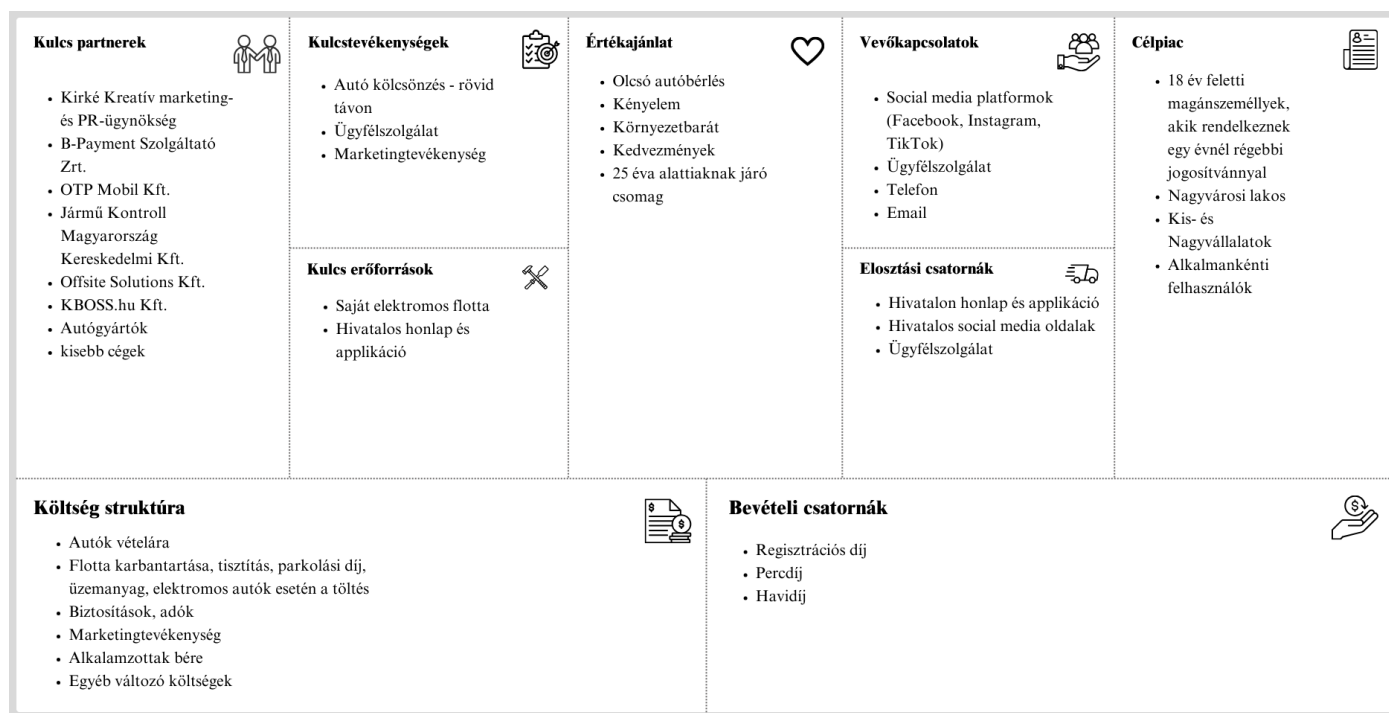
Bérlet indítási díj	380 Ft
Percdíj	105 Ft
Parkolási díj (percdíj)	85 Ft
Napi díj 1 (18 kWh-os autó, 100 km/nap)	17 680 Ft
Napi díj 2 (36 kWh-os autó, 100 km/nap)	18 680 Ft
Napi díj 3 (GreenGo Cargo, 100 km/nap)	23 680 Ft
Km díj 100 km felett	48 km/ft
Reptéri felár (reptérre/reptérről)	2 490 Ft/ 990 Ft
Regisztrációs díj	2 490 Ft
Lerakási díj külső zónában	390 Ft

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

A fenti táblázatból láthatjuk az előfizetéssel nem rendelkező felhasználókra vonatkozó árakat. Látszik, hogy a bérlet indítási díj ebben az esetben egységes és az autók típusától független az ár. Úgy gondolom, ezzel a 380 Ft-os árral közép kategóriába sorolandó.

Az autók maximális bérleti ideje 72 óra lehet egyszerre, kivéve a GreenGo Comfort-nál, mert ott lehetőség van az akár 20 napon át tartó bérletre is. Az összes autó rendelkezik Pest vármegyei autópálya matricával, de ha távolabbra mennénk akkor magunknak kell gondoskodni a megfelelő matricáról. Mivel egy közösségi szolgáltatásról van szó, így a járművekben nem engedett a kisállatok szállítása, az étkezés, valamint a dohányzás. (GreenGo honlap, 2025)

7.2.1. A GreenGo üzleti vászon modellje



11. ábra: A GreenGo üzleti vászon modellje
Forrás: Saját szerkesztés

A kulcs partnerei közé tartozik a Kirké Kreatív marketing- és PR-ügynökség, akik a teljeskörű PR-kommunikációs támogatásáért felelnek. (Hermann Irén, 2023) A B-Payment Szolgáltató Zrt., akik a szerződéskötéshez használt bankkártya adatait vizsgálják meg, hogy érvényes-e, az OTP Mobil Kft., akik a sikeres fizetésekre figyelnek. A Jármű Kontroll Magyarország Kereskedelmi Kft., akik a telefonhívásokat rögzítik. Az Offsite Solutions Kft., aki a cég informatikai partnere, és a KBOSS.hu Kft., pedig az elektronikus számlák kiállításában nyújt segítséget. (GreenGo Adatkezelési Szabályzata, 2024)

A kulcstevékenységei közé tartozik az autók bérbeadása, valamint az autóflotta tisztítása és karbantartása, emellett az ügyfélszolgálat üzemeltetése, és a marketingtevékenységek közösségi médiában.

Kiemelt erőforrásaihoz tartozik az egyedülálló elektromos autóflottája, valamint a hivatalos honlapja és az applikációja, hiszen itt minden fontos információt meg lehet találni az áraktól a flottáig, valamint azt is bemutatják, hogy hogyan kell használni magát a szolgáltatást.

Az értékajánlata nagyon hasonlít a MOL Limoéhoz. Ők is megfizethető áron, kényelmes autó bérletet kínálnak a felhasználóknak. A kedvezmények mellett pedig a környezetbarát közlekedés elérése a céljuk, ez abból is látszik, hogy csak elektromos autókat kínálnak. Mind emellett létrehoztak egy csomagot a 25 év alattiaknak, melyben számos kedvezmény vár a regisztráló fiatalokra.

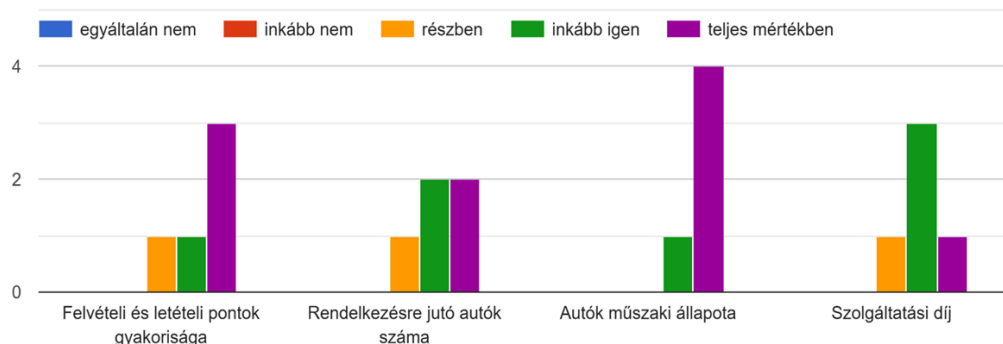
A GreenGo ügyfélszolgálatán minden kérdést személyes válaszolnak meg a GreenGo munkatársai, valamint van hivatalos Facebook oldaluk is, ahol szintén lehet feltenni nekik kérdéseket, de e-mail formájában és telefonon is lehet keresni őket.

Ez a szolgáltató is igen aktív a közösségi médiában, rendelkezik hivatalos Facebook, Instagram és TikTok oldallal is, ahol promóciókat, nyereményjátékokat és figyelemfelkeltő videókat és képeket posztolnak.

A vállalkozás célcsoportja elsősorban olyan magányszemélyek, akik betöltötték a 18. életévüket és rendelkeznek legalább 1 évnél régebben megszerzett jogosítvánnyal. Ezen felül a szolgáltatás elérhető kis- és nagyvállalkozásoknak egyaránt, akik számára több testreszabható csomagot biztosítanak, valamint személyreszabott ajánlatot is tudnak kérni a cégtől.

7.2.2. GreenGo módszertani elemzés

Mennyire elégedett ennek a cégnek a szolgáltatásaival az alábbi szempontok alapján?



12. ábra: A kitöltők elégedettsége a GreenGo szolgáltatóval szemben
Forrás: Saját szerkesztés

A 12. ábra alapján a GreenGo-val kapcsolatos ügyfél-elégedettség nagyon pozitívnak mondható. Az autók műszaki állapota és a felvételi/letételi pontok gyakorisága kiemelkedően magas értékelést kapott. A rendelkezésre álló autók száma és a szolgáltatási díj is többnyire pozitív visszajelzéseket kapott, amiből arra következtethetünk, hogy a GreenGo eleget tud tenni az ügyfelek elvárásainak.

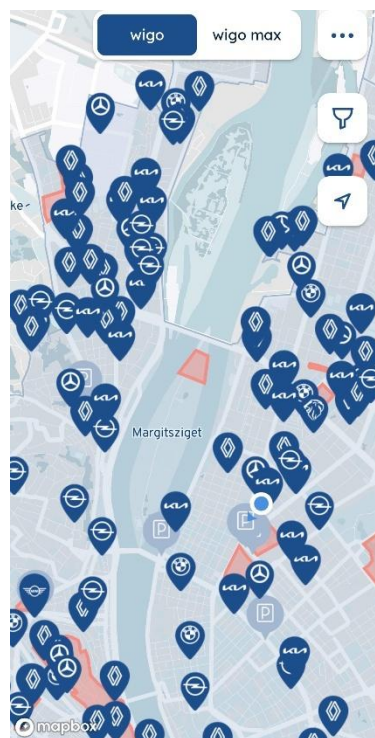
7.3. Wigo

2019 áprilisában bejelentették, hogy egy új autómegosztó szolgáltatás fog belépni a magyarországi piacra, ez volt a ShareNow. Ez a vállalat két másik carsharing szolgáltató összeolvadásával jött létre, még pedig a DriveNow és a Car2go-éval. A ShareNow, mint szolgáltatás 2023-ban megszűnt Magyarországon és mivel az AutoWallishoz tartozó Wallis Autómegosztó Zrt. üzemeltette a ShareNow márkát, ugyan ebben az évben létrehozták a saját mobilitási márkájukat a Wigo-t. (Stubnya Bence, 2019)

A cégcsoport már 16 európai országban van jelen. Előnye a versenytársaival szemben, hogy a többi országban való működés alatt már szereztek tapasztalatot és ezeket Budapesten is hasznosíthatják tudják. (Portfolio.hu, 2023) A Wigo kezdetben csak Budapesten működött, de később kiterjesztette szolgáltatásait Pest megyei városokra is, mint Budakalász, Budaörs, Dunakeszi és Érd. (Mészáros Ilona, 2024)

A ShareNow megszűnésekor több tízezer magyarországi felhasználóval rendelkezett. Ezeket az ügyfeleket az AutoWallis automatikusan átvette, így a Wigo indulásakor már majdnem 100 000 regisztrált felhasználót tudhatott magáénak. (Mészáros Ilona, 2024)

A regisztráció nagyon hasonlóan történik, mint az előző két szolgáltatónál, első lépésként le kell tölteni a Wigo carsharing alkalmazást. Ezután meg kell adni a bankkártya adatokat, a jogosítványról fel kell tölteni egy képet és a személyes adatok is ki kell tölteni. Csak azok az emberek regisztrálhatnak, akik legalább egy éve érvényes B kategóriás jogosítvánnyal rendelkeznek és betöltötték a 18. életévüket. A regisztráció díja 1 990 Ft. Az applikációban lévő térképen tudjuk megnézni az elérhető autókat. Az autók ikonjára kattintva elérhetővé válnak az autó adatai, a percdíj, a töltöttségi szint és a rendszám. (Wigo honlap, 2025)



13. ábra: A Wigo foglalható autói
Forrás: Wigo applikáció

A felhasználók jelenleg négy csomag közül választhatnak, a wigo basic, az extra lite, az extra és a wigo max közül. Az első három csomagnak négy alkategóriája van, mely felosztja az autókat, a city, a charge, az active és a special. A wigo max-ban nagyobb méretű járműveket lehet foglalni, melyek ideálisak bútorok szállításához vagy akár költözéshez is. Az ár attól függ, hogy melyik csomagon belül milyen kategóriás autót választunk. Az autókat egy több mint 100 km² területű Wigo zónában bárhol fel lehet venni, és le lehet parkolni, de ha olyan útra

megyünk, ami a zónán kívül esik azt is nyugodtan lehet, csak a végén a zónán belül parkoljunk le. (Wigo honlap, 2025)

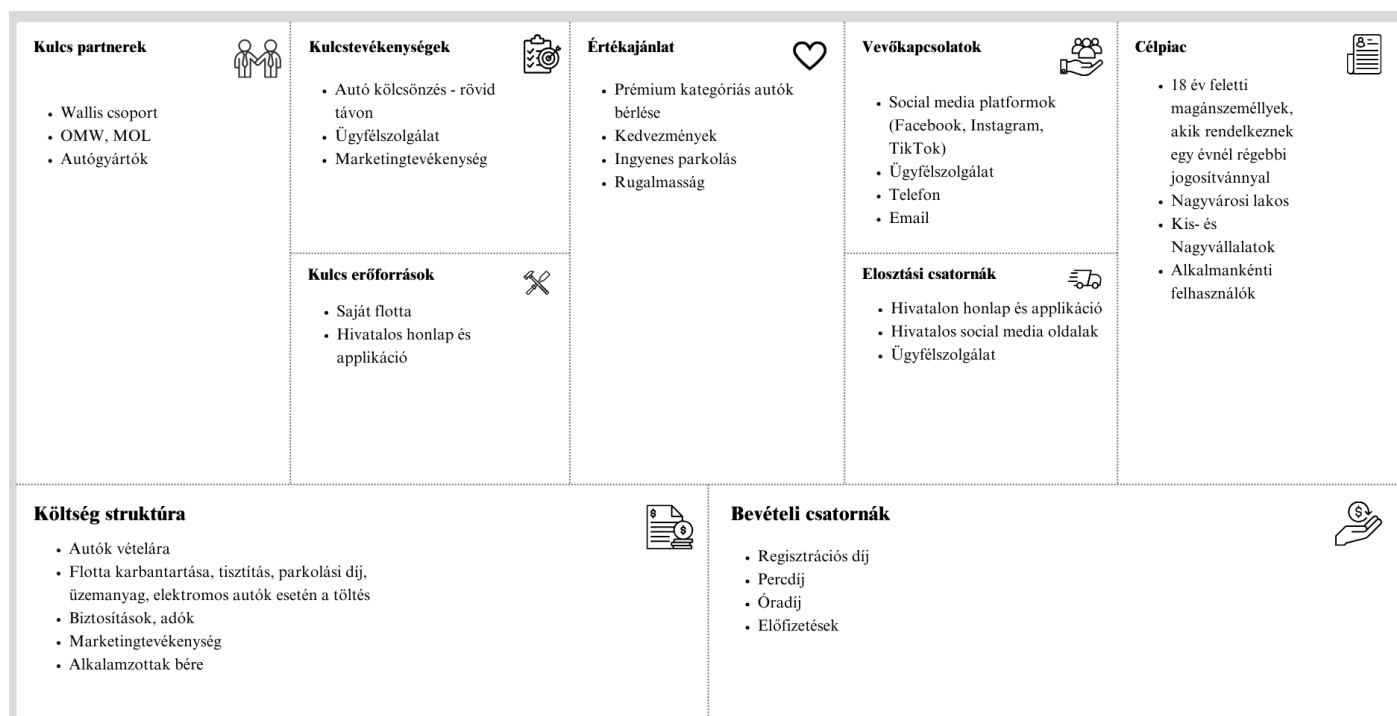
A DriveNow a piacra lépésekor összesen 240, BMW és Mini modellből, ezen belül is 40 elektromos autóból álló flottával rendelkezett. (Stubnya Bence, 2019) A vállalat autó flottája jelenleg körülbelül 500 járműből áll, melyek között megtalálhatók elektromos és benzines, valamint manuális és automata váltós autók is. A Peugeot 3008 volt a legkedveltebb jármű a hosszabb utazásokhoz, míg a Fiat 500 volt a legnépszerűbb jármű a városi közlekedéshez. (Wigo honlap, 2025)

	city	charge	active	special
Alapdíj	300 Ft	350 Ft	400 Ft	500 Ft
1 órán belüli díj	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
+ Kilométer díj	199 Ft/km	250 Ft/km	340 Ft/km	440 Ft/km
2 óra	3 890 Ft	4 190 Ft	5 890 Ft	8 790 Ft
+ Kilométer díj	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km
3 óra	5 590 Ft	5 990 Ft	7 890 Ft	11 790 Ft
+ Kilométer díj	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km
4 óra	7 290 Ft	7 690 Ft	9 790 Ft	14 590 Ft
+ Kilométer díj	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km
5 óra	8 690 Ft	8 990 Ft	11 490 Ft	17 190 Ft
+ Kilométer díj	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km
6 óra	8 990 Ft	9 290 Ft	12 990 Ft	18 790 Ft
+ Kilométer díj	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km
1 nap	9 690 Ft	9 690 Ft	13 490 Ft	19 990 Ft
+ Kilométer díj	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km
2 nap	17 990 Ft	17 990 Ft	26 990 Ft	37 990 Ft
+ Kilométer díj	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km
3 nap	21 990 Ft	21 990 Ft	35 790 Ft	49 990 Ft
+ Kilométer díj	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km	125 Ft/km
Regisztrációs díj	1 990 Ft			
Reptér díj - városból a reptérre (fix ár)	3 290 Ft			
Reptér díj- reptérrel a városba (fix ár)	1 690 Ft			

3. Táblázat: Wigo díjai előfizetés nélkül
Forrás: Saját szerkesztés

A táblázatban részletesen lehet látni, hogy csomagonként az alapdíj, a percdíj, az óradíj és a napdíj különböző. Ahogy az autók minősége és rakodási tere növekszik úgy emelkednek az árak is.

7.3.1. A Wigo üzleti vászon modellje



14. ábra: A Wigo üzleti vászon modellje
 Forrás: saját szerkesztés

A kiemelt partnerek közé tartozik elsősorban a Wallis csoport, amely magát az autókat biztosítja a szolgáltatáshoz, valamint a további autó gyártó cégek is. Ezen felül még kiemelkedő partner a OMW és a MOL is, akiknél kedvezményesen, egy üzemanyagkártya igénybevételével lehet tankolni, vagy éppen feltölteni az autókat.

Kulcs tevékenységei közé tartozik az autók rövid távú bérletének biztosítása. A felhasználók kényelme és a zavartalan ügyintézés érdekében pedig, ügyfélszolgálatot biztosítanak.

Kiemelt erőforrásai közé sorolható a prémium kategóriás autó flottájuk, valamint a másik két szolgáltatóhoz hasonlóan a hivatalos honlapjuk és az applikációjuk.

Az értékajánlatuk része, hogy prémium kategóriás autókat kínálnak a felhasználók részére, viszonylag megfizethető áron. Az említett autókat nem csak percdíj alapon, de több órás csomagban is igénybe lehet venni, amely jóval gazdaságosabbnak bizonyul. Emellett ide tartozik a zónán belüli ingyenes parkolási lehetőség is.

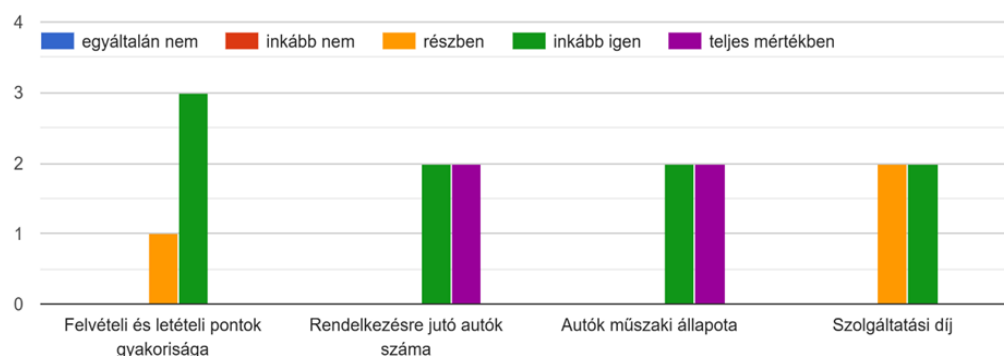
Mint a másik kettő vállalat, a Wigonak is van hivatalos Facebook, Instagram és TikTok oldala, ahol, információkat oszt meg a követőkkel. Ezenkívül a felhasználók a hivatalos honlapon és az applikációban is találhatnak fontos információkat, valamint az ügyfélszolgálat munkatársai is szívesen segítséget nyújtanak bármilyen kérdés esetén.

A szolgáltató ügyfélcsoportjába tartoznak azok a magánszemélyek, akik betöltötték a 18. életévüket és legalább egy évnél régebbi B kategóriás jogosítvánnyal rendelkeznek. Elsősorban a Budapesten, Budakalászon, Budaörsön, Dunakeszin, Érden és ezen városok vonzáskörzetében élő saját autóval nem rendelkezők fogják igénybe venni ezt a szolgáltatást. Ezzel szemben még potenciális felhasználók lehetnek a hazánkban megforduló turisták is, de ezen felül vannak csomagok melyeket vállalatok is igénybe tudnak venni.

A cég költségei közé sorolandó az autó flotta karbantartása, mely magában foglalja a tisztítást, a javítást és a biztosítási díjakat, de ide tartozik az alkalmazottak bére is és a marketingtevékenységre fordított összegek is. A bevétele a versenytársaihoz hasonlóan a regisztrációs díjakból, a percdíjakból, óradíjakból és az előfizetésekből származik.

7.3.2. Wigo módszertani elemzés

Mennyire elégedett ennek a cégnek a szolgáltatásaival az alábbi szempontok alapján?



15. ábra: A kitöltők elégedettsége a Wigo szolgáltatóval szemben

Forrás: Saját szerkesztés

A Wigo-val kapcsolatban általánosságban elégedettek a felhasználók. A rendelkezésre álló autók száma és az autók műszaki állapota különösen jó értékelést kapott. A felvételi és letételi pontok gyakorisága, valamint a szolgáltatási díj is többnyire pozitív visszajelzéseket kapott.

8. VERSENYTÁRSAK ÖSSZEHASONLÍTÁSA

A három vállalkozás üzleti vászon modelljét összevetve látható, hogy nagyon hasonló felépítésük és a stratégiájuk. Szembetűnő, hogy a célcsoport, a vevőkapcsolat és az elosztási csatorna mind a három vállalatnál majdnem megegyezik.

A szolgáltatók költsége a legtöbb esetben megegyezik legyen szó az autók karbantartásáról, a biztosításokról és az alkalmazottak béréről. Azonban vannak olyan költségek, amelyek csak egy-egy cégnek kell megfizetnie, ilyen például az autók vételára, a parkolás vagy az üzemanyag.

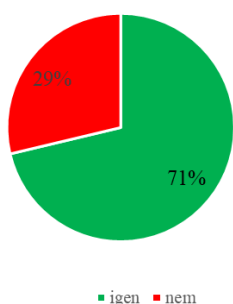
Az első nagyobb különbség a szolgáltatók partneri között figyelhető meg, mivel a MOL Limo a MOL csoport startup-jaként indul ezért a fő támogatója maga a MOL, hasonló a Wigo is melynek a legfőbb partnere a megalapítója a Wallis csoport. Ezzel szemben a GreenGo egy magyar vállalkozás, amit nem támogatott nagyobb multinacionális cég a kezdetekben, de ennek ellenére is tudott partnereket szerezni és sikeresen működik.

A vállalatok bevételeit megnézve látható, hogy közel ugyanazon forrásokból erednek, de még is itt van a legnagyobb különbség is, hiszen mind a hárman más árazási stratégiát alkalmaznak. A GreenGo egy kivétellel havidíjas csomagokkal rendelkezik, a Wigo-nál kilométer alapon vannak megszabva az árak és a MOL Limo-nál vannak előfizetési csomagok és kilométer és percdíj alapon meghatározott árak is. A GreenGo a havi előfizetőknek kínál kedvezményeket, valamint kedvezőbb percdíjakat is. A Wigo szolgáltatásaiba bele tartozik a kedvezményes tankolás és az ingyenes autópálya matrica, mely hosszabb utakon kedvező lehet. A regisztrációs díj tekintetében bár a Wigo ára a legkedvezőbb, de a GreenGo-nál van az előny, hiszen teljes mértékben levezethető, így azt is mondhatjuk, hogy nincs regisztrációs díj. Összességében, a MOL Limo rövidebb utak megtétele során éri meg, a GreenGo rendszeres havi felhasználóknak biztosít stabilabb költséget, míg a Wigo kilométer alapú árazása és ingyenes szolgáltatásai, pedig a hosszabb utakra lehetnek előnyösebbek.

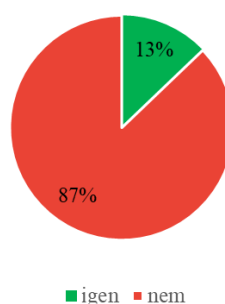
9. ÖSSZEGZÉS

Véleményem szerint elsődlegesen az ismertséget kéne növelni a vállalatoknak, ez abból is látszik, hogy a kérdőívet kitöltők 71% hallott már erről a szolgáltatásról, de ténylegesen csak 13%-a vette igénybe. Ezt a járművek jobb felmatricázottságával lehetne elérni, hisz sokan először, úgy ismerkedtek meg ezzel a szolgáltatással, hogy az utcán látnak egy ilyen autót. A matricákhoz feliratokat is el lehetne helyezni, ami az autómegosztás szót tartalmazza, hogy az emberek jobban összekössék az autókat a szolgáltatással. Emellett még nagyon fontos lenne, hogy plakátokon, molinókon reklámozzák magukat a cégek, melyekre lehet akár olyan feliratot is írni, hogy „Amikor sietsz valahova, de épp lekésted a buszt, én tudom mi a megoldás az autómegosztás”, ezzel ösztönözve a városi lakosokat, hogy ne féljenek az új dolgoktól, hanem próbálják ki őket.

Kitöltők válaszainak eloszlása



Mennyien használták már ezt a szolgáltatást?



16. ábra: Válaszok megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés

A külvárosi zónák szélesítése is előnyös lehet a minél több potenciális felhasználó elérésében. A zónák kiterjesztése az olyan területekre, ahol még nincs versenytárs akár lépéselőnyhöz is juttathatja a céget. Úgy gondolom, hogy Budapest külső területeire a szolgáltatók ki helyezhetnének autókat, akár benzinkutákhoz, akár bevásárló központok parkolóiba, vagy még vonatállomásokra is. A kérdőívre kapott válaszok alapján is erre van a legnagyobb igény.

Végezetül a rendszeres felhasználóknak a számát kellene megnövelni. Ezt meglehetősen valósítani egy pontgyűjtő rendszerrel, melyben egy adott pont elérése után a következő szintre lép a felhasználó. Szintenként új kedvezmények lennének, lehetne kedvezményes percij, vagy akár az első 10 perc ingyen.

Véleményem szerint minden szolgáltatónak meg vannak a saját előnyei, melyet ki is tudnak használni. A MOL Limo-nál az autók egy részét akár külföldön is lehet használni, bármilyen

külön díj nélkül. A GreenGo az egyetlen szolgáltató, amelynek 100%-ban elektromos autókból áll a flottája, a Wigo pedig, nem csak Budapesten hanem külső zónákban, például Budakalászon, Budaörsön, Dunakeszin és Érden is elérhető. (Rezi-Kató Eszter, 2025) Egyelőre nincs olyan éles verseny a szolgáltatók között, mint lehetne, a jövőben a folyamatos fejlesztések, újítások miatt vagy akár egy negyedik szolgáltató piacra lépésével ez megváltozhat. Ezért fontos még most, hogy bármilyen hasonlóak is a szolgáltatók el tudják különíteni magukat egymástól.

2023-ban 25-30%-kal többen használtak autómegosztó szolgáltatásokat, mint 2022-ben. Ezt az adatot 2024-ben számszerűsítették, melyből kiderült, hogy a szolgáltatók összesen 1500 autót és több mint 100 000 regisztrált felhasználót tartottak számon. (Mizsur András, 2024)

Az előre jelzések szerint a 2025-ös év végére körülbelül 159 000 felhasználója lesz a magyar autómegosztó piacnak. Az egy főre jutó átlagos bevétel várhatóan 35 420 forint lesz, ezáltal az év végén várható összbevétel 5 166 000 000 forint lesz megközelítőleg. 2025-2029 között éves szinten mintegy 3,5% növekedésre számíthatunk, mind a bevétel mind pedig a felhasználókkal kapcsolatban. (statista.com, 2025)

Úgy gondolom, az autómegosztó szolgáltatók jövője nem csak Magyarországon, de világszerte is nagyon ígéretesnek tűnik. Elmondható, hogy hazánkban fellendülőben van ez a szolgáltatás, ezért nem is olyan meglepő, hogy a Budapesti Mobilitási Tervben is szó esik már róla, támogatja a carsharing szolgáltatások elterjedését, valamint a környezetbarát járművek használatát. (Budapesti Mobilitási Terv , 2023)

A szolgáltatók jövőbeni tervei között mindenképpen az innováció kapja a legnagyobb szerepet. A GreenGo továbbra sem tervez zóna bővítést Budapesten kívülre, ehelyett arra fog koncentrálni, hogy a felhasználók kényelmét növelje a szolgáltatás igénybevétele alatt. A Wigo ezzel szemben folytatni szeretné a már megkezdett terjeszkedést az agglomerációba. A MOL Limo a mesterséges intelligencia segítségével szeretné elhelyezni az autókat, ez azt jelenti, hogy a felhasználók majd könnyebben és gyorsabban találhatnak szabad autót a közelben. (Rezi-Kató Eszter, 2025)

Világszerte is hasonló tendencia tapasztalható az autómegosztó szolgáltatókkal kapcsolatban. Egyre több Nyugat-Európai országban támogatják a szolgáltatókat és ösztönzik az embereket

a használatukra, mivel ez nem csak a közlekedés hatékonyságát javítja, hanem a szén-dioxid kibocsátást is csökkenti. (Kaszás Gábor, 2023)

A jövőben a további technológiai fejlődés által a szolgáltatók hatékonyabbak és fenntarthatóbbak lesznek. Ezért egyre inkább a városi közlekedés részévé válnak majd, így hozzájárulva a városi mobilitás javításához és a környezeti terhelés csökkentéséhez. Ez magában foglalhatja az elektromos és önvezető járművek elterjedését, valamint a tömegközlekedés optimalizálását a felhasználói igényekhez igazítva. Pár év múlva biztos, hogy nagy változásokat hoznak majd, az egész közlekedésre.

10. IRODALOMJEGYZÉK

24.hu, 2019. *Bedőlt a reptéri közösségi autómegszosztó, hiába pumpáltak bele százmilliókat.*
Available at: <https://24.hu/fn/gazdasag/2019/12/04/beerides-repteri-kozossegi-automegszoszto-felszamolas/>
[Hozzáférés dátuma: 06 03 2025].

Anon., 2007 November. *Company press release.* [Online]
Available at:
https://www.zipcar.com/press/onlinemediakit_gb/zipcaruk_corporate_overview.pdf
[Hozzáférés dátuma: 18 01 2025].

Anon., 2010-2014. 7. *Közlekedésfejlesztési program*, hely nélk.: ismeretlen szerző

Anon., 2012. *PR Newswire.*
Available at: <https://www.prnewswire.com/news-releases/zipcar-expands-nations-largest-campus-car-sharing-program-139207554.html>
[Hozzáférés dátuma: 18 Január 2025].

Anon., 2021. *A member punched in an identification number to prove that he or she was authorized to use the gas card. For a demo on how a Zipcar member filled a vehicle with gasoline.* [Online]
Available at: <http://www.zipcar.com/gas/play>
[Hozzáférés dátuma: 25 01 2025]

Arcanum.com, 2024. [Online]
Available at: <https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/TenyekKonyve-tenyek-konyve-1/zold-19B21/fuggelek-1ADB1/a-fold-csucsok-1ADD3/stockholm-1972-1ADD4/>

Avalon CareShanig honlap, dátum nélk. *Avalon CareShanig honlap.* [Online]
Available at: <https://www.carsharing.hu/cegtortenet>
[Hozzáférés dátuma: 06 03 2025].

Bálint, D., 35. évf., 3. szám, 2021. *Digitális ökoszisztémák – A megosztáson alapuló gazdaság*, hely nélk.: ismeretlen szerző

Bán, C. és mtsai., 2024. *A környezeti zaj aktuális kérdései*, Budapest: Nemzeti Népegészségügyi és Gyógyszerészeti Központ.

Britton, E., 2000. *Carsharing 2000.* [Online]
Available at: <https://networkdispatches.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/10/carshare-2000-final-report.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 07 03 2025].

Budapesti Mobilitási Terv , 2023. *Budapesti Mobilitási Terv*, Budapest: TRENECON Tanácsadó és Tervező Kft..

C. G. Estion, 2001. *Zipcar coming to Washington DC, Arlington County Commuter Assistance Programe*.

Available at: <https://www.commuterpage.com/>

[Hozzáférés dátuma: 18 01 2025].

C. Reidy, 2006. Zipcar to debut in London, Gets \$25 Million in Capital. *Boston Globe*, 29 November.

C. Y. Johnson, 2007. Zipcar is expected to join with Rival Flexcar. *Boston Globe*, 31 Október.

Czakó, K., Szabó, K., Tóth, M. & Fekete, D., 2019. *147 Differences, Constraints and Key Elements of Providing Local Sharing Economy Services in Different-Sized Cities: A Hungarian Case Special Issue*. [Online]

Available at: <https://www.mdpi.com/2079-9276/8/3/147>

[Hozzáférés dátuma: 25 01 2025].

epa.oszk.hu, 1943. *Vasárnap*, Budapest: ismeretlen szerző

Európai Környezeti Információs és Megfigyelő Háló, 2018. *A fenntartható fejlődés fogalma*.

Available at: <https://eionet.kormany.hu/a-fenntarthato-fejlodes-fogalma>

EurópaiParlament, 2020. *A biológiai sokféleség csökkenése: mi az oka, és miért aggályos?*. [Online]

Available at: <https://www.europarl.europa.eu/topics/hu/article/20200109STO69929/a-biologiai-sokfelesseg-csokkenese-mi-az-oka-es-miert-aggalys>

Fleischer, T., 2003. *AZ INFRASTRUKTÚRA-HÁLÓZATOK*, hely nélk.: ismeretlen szerző Generációk, 2024. *Generációk*. [Online]

Available at: <https://generaciok.com/generaciok/>

[Hozzáférés dátuma: 24 01 2025].

Greendex, 2022. *Mitől lesz fenntartható a városi közlekedés?*. [Online]

Available at: <https://greendex.hu/mitol-lesz-fenntarthato-a-varosi-kozlekedes/>

GreenGo Adatkezelési Szabályzata, 2024. *GreenGo Adatkezelési Szabályzata*. [Online]

Available at:

https://greengo.com/fe_fileHandler.php?SourceObject=CMS_OBJECTS&SourceFileName=1bfb563c-ab62-33b4-0569-74d4be990cab-hH6cxTgX-20241031071519.pdf&SourceFileDate=20241031&OriginalFileName=GreenGo ASZF Dijszabas_20241119.pdf

[Hozzáférés dátuma: 30 03 2025].

GreenGo honlap, 2025. [Online]
Available at: <https://greengo.com/hu/index-hu>
[Hozzáférés dátuma: 30 03 2025].

Hermann Irén, 2023. *Új kommunikációs partnert választott a Greengo.* [Online]
Available at: <https://kreativ.hu/cikk/uj-kommunikacios-partnert-valasztott-a-greengo>
[Hozzáférés dátuma: 30 03 2025].

Honda.hu, 2022. [Online]
Available at: <https://www.honda.hu/cars/blog/article/hybrid/are-hybrid-cars-worth-it-advantages-of-hybrid-cars.html>
[Hozzáférés dátuma: 21 11 2024].

HVG BrandLab, 2023. *Autófenntartás kontra autómegosztás: mennyi az annyi?.* [Online]
Available at:
https://hvg.hu/brandchannel/greengo_20230227_automegosztas_carsharing_koltsegek
[Hozzáférés dátuma: 19 01 2025].

I. Mochari, 2001. Deals on Wheels. Inc., vol. 23. pp. 25-27.

I. R. A. Berskin, 2003. Renting wheels by the hour. *New York Times*, 22 Június, p. 3.

Julian M. Müller, 2019. *Comparing Technology Acceptance for Autonomous Vehicles, Battery Electric Vehicles, and Car Sharing—A Study across Europe, China, and North America, Sustainability* 2019, 11(16), 4333 1-17.. [Online]
Available at: <https://doi.org/10.3390/su11164333>
[Hozzáférés dátuma: 25 01 2025].

Julien Bert, Brian Collie, Gang Xu & Marco Gerrits, 2016. *What's Ahead for Car Sharing?.* [Online]
Available at: <https://www.bcg.com/publications/2016/automotive-whats-ahead-car-sharing-new-mobility-its-impact-vehicle-sales>
[Hozzáférés dátuma: 19 01 2025].

Kalóz, E., dátum nélk. *A közösségi gazdaság: elméleti megfontolások, hely nélk.:*
KALEIDOSZKÓP.

Kaszás Gábor, 2023. *Új autómegosztó érkezik Magyarországra, de mégsem.* [Online]
Available at: <https://index.hu/gazdasag/2023/10/19/automegoszto-carsharing-wigo-sharenow-auto-wallis-wallis-automegoszto/>
[Hozzáférés dátuma: 06 04 2025].

konferenci.hvg.hu, dátum nélk. *Mitchaletzky Bálint*. [Online]
Available at: https://konferencia.hvg.hu/index.php?route=product/category&path=84_294
[Hozzáférés dátuma: 30 03 2025].

Kovács, T. & Nábrádi, A., 2020. *A közösségi gazdaság az EU-28-ban és népszerűségük Magyarországon és Romániában*. [Online]
Available at:
<https://ojs.lib.unideb.hu/regiokutatasszemle/article/download/12811/11244/26223>
[Hozzáférés dátuma: 21 11 2024].

Kövesné Gilicze, É. és mtsai., 2011. *Közlekedés és Társadalom*. Budapest: Typotex Kiadó.
Lexiq, 2021. *Lexiq.hu*. [Online]
Available at: <https://lexiq.hu/telekocsi>
[Hozzáférés dátuma: 06 03 2025].

M. Rosenwald, 2001. All the (road) rage: urban planners, drivers embrace car-sharing leases.
The Boston Globe, 20 October, p. A1.

M. Tóth Andrea, 2023. *Az alfa generáció jellemzői és problémái*. [Online]
Available at: <https://motivatormagazin.hu/pszichologia/az-alfa-generacio-jellemzoi-es-problemai/>
[Hozzáférés dátuma: 24 01 2025].

Martos-Carrión, E. & Santa, M., 2022. *SpringerNatureLink*. [Online]
Available at: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-86897-0_2
[Hozzáférés dátuma: 21 11 2024].

Mészáros Ilona, 2024. *Több mint százezren használják a Wallis autómegosztó szolgáltatását, a Wigót*. [Online]
Available at: <https://programod.hu/tobb-mint-szazezren-hasznaljak-a-wallis-automegoszto-szolgaltatasat-a-wigot/>
[Hozzáférés dátuma: 31 03 2025].

Mizsur András, 2024. *Durván megugrott a közautó-használók száma tavaly*. [Online]
Available at: <https://telex.hu/gazdasag/2024/02/15/carsharing-jovo-mobilitasa-szovetseg-budapest-greengo-wigo-mol-limo>
[Hozzáférés dátuma: 06 04 2025].

MOL honlap, 2025. *MOL honlap*. [Online]
Available at: <https://mollimo.hu/>
[Hozzáférés dátuma: 29 03 2025].

mol.hu, 2022. <https://mol.hu/hu/>. [Online]

Available at: <https://mol.hu/hu/>

[Hozzáférés dátuma: 19 01 2025].

Portfolio.hu, 2023. *Jövő héten debütál az AutoWallis saját márkás carsharing szolgáltatása, a wigo.* [Online]

Available at: <https://www.portfolio.hu/uzlet/20231019/jovo-heten-debutal-az-autowallis-sajat-markas-carsharing-szolgaltatasa-a-wigo-646569>

[Hozzáférés dátuma: 31 03 2025].

R. Lewis, 2001. To unclog roads, city eyes 'car sharing'. *Boston Globe*, 28 November, p. B1.

R. Lieb, 2002. *Big buzz, zero budget.* [Online]

Available at: <http://www.clickz.com/clickz/column/1712065/big-buzz-zero-budget>

[Hozzáférés dátuma: 18 01 2025].

Rezi-Kató Eszter, 2025. *A carsharing jövője: mit hoz a GreenGo, a wigo és a MOL Limo versenye?*. [Online]

Available at: <https://autopro.hu/szolgaltatok/a-carsharing-jovoje-mit-hoz-a-greengo-a-wigo-es-a-mol-limo-versenye/1318148>

[Hozzáférés dátuma: 06 04 2025].

Ruppert, L., 2002. 04.18. *Közlekedés, életminőség, gazdaság.* [Online]

Available at: <https://magyarnemzet.hu/archivum-archivum/2002/04/kozlekedes-eletminoseg-gazdasag>

[Hozzáférés dátuma: 21 11 2024].

S. Clifford, 2008. How fast can this thing go anyway?. 30 Március, pp. 94-101.

Shaheen, S., Sperling, D. & Wagner, C., 1998. *Carsharing in Europe and North American: Past, Present, and Future.* [Online]

Available at: <https://escholarship.org/content/qt4gx4m05b/qt4gx4m05b.pdf?t=mok2vg>

[Hozzáférés dátuma: 13 01 2025].

Sierpiński, G. & Turoń, K., 2018. *Sierpiński, Grzegorz, Turoń, Katarzyna Car-Sharing Development - Current State and Perspective, Leszek Mindur, The International University of Logistics and Transport in Wrocław, Poland.* hely nélk.: ismeretlen szerző

Simongáti, G., 2009. *STPI (A fenntartható közlekedés mutatója) kidolgozása a belvízi hajózás fenntarthatóság elve szerinti értékeléshez, PhD Disszertáció, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Közlekedésmérnöki Kar,* hely nélk.: ismeretlen szerző

Simon, S., 2019. *Crowdfunding – a gyorsan fejlődő közösségi finanszírozás.* [Online]

Available at: <https://fintechzone.hu/crowdfunding-a-gyorsan-fejlodo-kozossegi-finanszirozasi/>

[Hozzáférés dátuma: 21 11 2024].

statista.com, 2025. *Car-sharing - Hungary*. [Online]
Available at: <https://www.statista.com/outlook/mmo/shared-mobility/car-sharing/hungary#revenue>
[Hozzáférés dátuma: 06 04 2025].

Stubnya Bence, 2019. *Budapestre jön a BMW-hez köthető Drivenow autómegosztó*. [Online]
Available at:
https://index.hu/gazdasag/2019/04/11/kozauto_sharing_economy_drivenow_bmw_wallis_automegoszto_greeno_mol_limo/?fbclid=IwY2xjawJXlOleHRuA2FlbQIxMAABHfowUptI4TnonLrWdpsZ_i4p0pFsj-nNP_pb6EqrH56O2ae0v8bE7Y_AFQ_aem_JKlK9W4aK_U3Z6Y5DTECig
[Hozzáférés dátuma: 31 03 2025].

suisse, s. e. c., 2024. *1992: UN Conference on Environment and Development, Rio de Janeiro*. [Online]
Available at: <https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/sustainability-policy/2030agenda/un--milestones-in-sustainable-development/1992--un-conference-on-environment-and-development--rio-de-janei.html>

Takács, E., 2022. *A termelési függvényektől az okos gazdaságig*. Sopron: Soproni Egyetem Kiadó.

Tatai, Z. és mtsai., 2022. *Budapest környezeti állapotértékelése, hely nélkül: ismeretlen szerző*

Team EMB, 2024. *Top Gig Economy Platforms: Which One Fits Your Skills?*. [Online]
Available at: <https://blog.emb.global/top-gig-economy-platforms/>
[Hozzáférés dátuma: 21 11 2024].

Wigo honlap, 2025. *Wigo honlap*. [Online]
Available at: <https://www.wigomobility.com/hu/carsharing/kezdolap>
[Hozzáférés dátuma: 31 03 2025].

Wolters, K., 2024. *AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS 2024. április 29-i (EU) 2024/1309 RENDELETE*. [Online]
Available at: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A2401309.EUP#>
[Hozzáférés dátuma: 21 11 2024].

Word Bank, 1996. *Sustainable transport, Priorities for Policy Reform*. [Online]
Available at: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/113831468764674772/pdf/multi-page.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 12 01 2025].

Zách Dániel, 2018. *Magyaroké az autós Airbnb, ahol a Suzukid is pénzt termel.* [Online]
Available at: https://totalcar.hu/magazin/kozelet/2018/04/30/penzt_keresni_sajat_autoval/
[Hozzáférés dátuma: 06 03 2025].

Zipcar.com. , 2025. *Zipcar: Car Sharing Alternative for Daily and Hourly Car Rental..*
[Online]
Available at: <https://www.zipcar.com/>
[Hozzáférés dátuma: 25 01 2025].

ZoldHonlap, 2023. *ZoldHonlap.* [Online]
Available at: <https://zoldholnap.hu/zold-kozlekedes/>