

A megosztáson alapuló gazdaság növekedése Magyarországon Távolsági autómegosztás – az Oszkár közösségi autózás esettanulmánya

Szabó Kinga¹

Összefoglalás

A megosztáson alapuló gazdaság elmúlt két évtizedben tapasztalt gyors növekedése a globális kapitalizmus és a társadalmi értékek paradigmaváltásának eredménye. A digitális identitáson, valamint a bizalom és a hírnév indexén alapuló informatikai platformok összehozták azokat az idegeneket, akik az új társadalmi együttműködés keretében megosztják kihasználatlan kapacitásaikat és eszközeiket azokkal, akiknek szükségük van rájuk. A bizalom, amely kezdetben a családra és a barátokra korlátozódott, ma már olyan idegeneket is magában foglal, akikkel nem beszélnek közös nyelvet és óceánok választják el őket egymástól. Magyarország sem kivétel ez alól a globális változás alól. A megosztáson alapuló gazdaság Magyarországon egészséges növekedést mutat, különösen a közlekedés és a szállás területén. Az Oszkár, egy távolsági autómegosztó vállalat jó példa a társadalmi értékek és az idegenekkel való megosztás paradigmaváltására. A Oszkár platform 2007-es indulása óta jelentős növekedést ért, nagyrészt pozitív felhasználói értékelésekkel. Az Oszkár közösségi autómegosztás környezetbarát, fenntartható, amely sikeresen csökkenti a szén-dioxid-kibocsátást és a közlekedési torlódásokat.

Történeti áttekintés

A megosztáson alapuló gazdaság koncepciója szinte olyan régi, mint maga az emberiség. Az ókorban számos példa volt a megosztáson alapuló gazdaságra a vadászat, halászat, mezőgazdaság és főzés. Később ezek a gyakorlatok törzsi vagy közösségi viselkedésformákká és szokásokká alakultak. A közelmúltban, különösen az ipari forradalom után, a vasút, a tömegközlekedés, a szállodák, a nyilvános WC-k, a könyvtárak és a kalácsa gazdálkodás példák a megosztáson alapuló gazdaság gyakorlatára. A modern megosztáson alapuló gazdaság koncepciója azonban az IT platformokon történő magánvagyon, például lakások, autók, berendezések, valamint egyéni szolgáltatások és készségek megosztásán alapul. Az IT és az internet gyors fejlődése elősegítette az ilyen platformok kialakulását, amelyek lehetővé teszik, hogy idegenek a világ minden tájáról valós időben üzleti kapcsolatba lépjenek egymással. Így jelenleg a megosztáson alapuló gazdaság vagy kollaboratív gazdaság egy olyan gyűjtőfogalom, amely olyan online platformokat fed le, amelyek lehetővé teszik a felesleges erőforrások és eszközök, például lakások, áruk, autók, sőt készségek és ismeretek megosztását (Hamari et al., 2016). Az információs technológia gyors fejlődésével, az új üzleti modellek kialakulásával és a tulajdonhoz való viszony változásával az emberek hajlandóak megosztani tulajdonaikat nyereség érdekében. Az olyan közösségi média platformok, mint a Facebook, a WhatsApp, a Trip Advisor és a Pinterest, ahol az emberek ötleteket, információkat osztanak meg egymással, szintén elősegítik a megosztáson alapuló gazdaság növekedését (Cusumano, 2014).

¹ Egyetemi docens, NJE Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ munkatársa

A tulajdonhoz és az eszközök tulajdonjogához való viszonyulás egyre lazábbá vált az elmúlt évtizedekben, mivel a társadalmi struktúra és az értékrend radikális változásokon ment keresztül. A modernitás, az oktatás, a globalizáció és a technológia jellemzi a jelenlegi társadalmi viszonyokat, amelyek egyre instabilabbak és gyors változásokon mennek keresztül, ezért nem szolgálhatnak referenciakeretként az emberi cselekvésekhez és a hosszú távú életstratégiákhoz (Bauman, 2007). Az elmúlt évszázadban szilárdnak tekintett intézmények, emberek, tárgyak, információk és helyek egyre inkább dematerializálódnak és likvidé válnak (Ritzer, 2010). Hasonlóképpen, a fogyasztói identitás és az etika is egyre inkább instabillá válik. A társadalmi és egyéni értékek folyamatosan változnak az urbanizáció, az anonimitás és a térbeli korlátok miatt. A tulajdonhoz kapcsolódó érzelmi, társadalmi és kulturális viszony egyre instabilabbá válik. A kihasználatlan erőforrásokhoz és eszközökhöz való hozzáférés ezért a folyékony társadalom kihívásainak kezelésére szolgáló eszközként jelent meg (Bardhi, Eckhardt és Arnould, 2012).

A megosztási gazdaság meghatározása

Az áruk, eszközök és szolgáltatások cserekereskedelme és cseréje ősi gyakorlat. A pénz (valuta) mint csereeszköz megjelenése előtt fizikai piacok léteztek, amelyek lehetővé tették az áruk, eszközök és szolgáltatások cserekereskedelmét. A modern megosztáson alapuló gazdaság koncepciója korlátozott mértékben a digitális platformon történő (mennység és idő tekintetében egyaránt) többlet erőforrások és eszközök megosztásával indult. Szigorúan véve a megosztáson alapuló gazdaság kezdetben a fogyasztók közötti (C2C) vagy felhasználó (P2P) alapú tevékenységeken alapult, amelyek keretében a szállítók az IT-alapú platformokon keresztül virtuális piactereken hozhatták össze a vevőket. A platformok fejlődésével azonban a koncepció kibővült, és ma már az e-kereskedelem egyes elemeit is magában foglalja, beleértve az online piactereken keresztül történő foglalásokat is. A megosztáson alapuló gazdaság egy olyan gazdasági modell, amely felhasználói tevékenységeken alapul egy olyan informatikai platformon, amelynek célja a felesleges áruk, eszközök és szolgáltatások hozzáféréseinek biztosítása vagy megosztása. Az Uber, az Airbnb és az eBay alkalmazások jó példák a megosztási gazdaságra.

A megosztáson alapuló gazdaságban végzett tranzakciókban általában három tényező játszik szerepet: a személy, a termék és a platform (3P, person, product and platform). Természetesen a személy a három közül a legfontosabb, mivel ő hozza meg a döntéseket és viseli a következményeket. Ugyanakkor a terméket vagy szolgáltatást kínáló platform, valamint a kínált termékek és szolgáltatások ugyanolyan fontos. A szervezet, a platform vagy személy digitális identitása „egy adott időszak alatt az interneten hagyott összes nyoma”. Az online értékeléseket a számítógépes kommunikáció fontos formájának tekintik. Számos tudományos szakértő a megosztáson alapuló gazdaságot az áruk és a szolgáltatások cseréjére és bérbeadására szakosodott online platformok és piacterek növekvő ökoszisztémájaként írja le (Botsman és Rogers, 2010; Hawlitschek F. et al. 2016; Lessig, 2008., Zervas et al. 2015.). A hagyományos megosztás, cserekereskedelem, kölcsönzés, kereskedelem, bérbeadás, ajándékozás és cserekereskedelem új értelmet nyer a digitális technológia alkalmazásával, amely forradalmasítja és mainstreammé teszi az emberek tudásfogyasztási és -megosztási szokásait (Gata, 2015).

A megosztáson alapuló gazdaságot más néven hozzáférési gazdaságnak, kollaboratív gazdaságnak, igény szerinti gazdaságnak (Jaconi, 2014), platformgazdaságnak vagy gig-gazdaságnak (Wilson, 2017) is nevezik. Az Investopedia szerint a megosztáson alapuló gazdaság egy olyan gazdasági modell, amelyet felhasználó (P2P) alapú tevékenységként határoznak meg, amelynek során árukhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáférést szereznek, biztosítanak vagy megosztanak, és amelyet gyakran egy közösségi alapú online platform segít elő (Investopedia). Így a megosztáson alapuló gazdaság alapvető jellemzője a felhasználói (peer-to-peer) üzleti modell,

amely valós idejű IT-platform segítségével ideiglenes hozzáférést biztosít más személyek magánforrásaihoz. Ebben a modellben végzett gazdasági tranzakciók egyszeri használatért időalapú bérleti díjat fizetnek, és nem járnak tulajdonjog átruházással. Vannak azonban olyan megosztáson alapuló gazdaság platformok, mint az eBay, ahol a tulajdonjog átruházásra kerül. Ezért a megosztáson alapuló gazdaság tágabb értelemben egy új gazdasági modellt jelent, amely digitális alapú, felhasználói (peer-to-peer), áru- és szolgáltatásplatformokon alapul, amelyek összekapcsolják az egyének szabad kapacitásait azokkal, akiknek szükségük van rájuk, és hozzáférést biztosítanak bérbeadás, kölcsönzés, csere vagy akár eladás formájában (Avital et al., 2015; Bardhi és Eckhardt, 2012; Belk, 2014; Botsman és Rogers, 2010; Möhlmann, 2015). Az információs technológia és a felhasználói (peer-to-peer) digitális platformok széles körű elterjedése az emberi tevékenységek minden területén számos lehetőséget teremtett az online valós idejű interakcióra és üzleti tranzakciókra. Ez megváltoztatta az emberek gondolkodásmódját, életmódját, étkezési szokásait, utazási, vásárlási, szórakozási és társasági életét. A megosztási gazdaság fontosságát és társadalmi és gazdasági hatását figyelembe véve Rifkin a harmadik ipari forradalomnak nevezte (Rifkin, 2011).

Növekedés

Történelmileg a megosztás a családra és a barátokra korlátozódott. A bizalom hiánya és a magánélet védelmével kapcsolatos tényezők miatt az emberek nem szívesen osztották meg a tárgyaikat idegenekkel és kívülállókkal. Az elmúlt néhány évtizedben egyre több ember költözött nagyvárosokba, ahol a lakó- és tárolóhelyek korlátozottak. Ez az új életmód szükségessé tette a tulajdonjog átalakulását, hogy az emberek hozzáférhessenek máshol tárolt tárgyakhoz. Ezzel párhuzamosan a városi környezetben növekvő anonimitással a tulajdonhoz kapcsolódó társadalmi státusz is változáson ment keresztül. A növekvő környezeti kihívások, a globális gazdasági válságok, a helyszűke, a használaton kívüli eszközök fenntartásának növekvő költségei, a magasabb iskolázottság, a tulajdonjog megszerzéséhez szükséges források hiánya, a kiadások csökkentése, a munkaerőpiac bizonytalansága, a közösségi média gyors terjedése és a közvélemény hajlandósága a bizalomra és a megosztásra – ezek a további fontos tényezők, amelyek a megosztáson alapuló gazdaság gyors növekedéséhez vezettek (Hira és Reilly, 2017; Hamari et al., 2016).

A hatékony IT-alapú platformok és a hatékony online értékelési rendszerek növekedése jelentősen csökkentette a félelmeket, és lehetővé tette a megosztást olyan idegenek között, akik nem ismerik egymást, nem beszélnek ugyanazon a nyelven, soha nem találkoztak és valószínűleg soha nem is fognak találkozni. Ma az emberek megosztják autóikat idegenekkel, idegenek által főzött és szállított ételeket esznek, és idegeneket engednek lakásukba, ami néhány évtizeddel ezelőtt elképzelhetetlen volt. A digitális platformok, a digitális identitás (DI) és a felhasználók által generált tartalmak (UGC), valamint a jól megtervezett értékelési rendszereken alapuló bizalmi és hírnévindex (TRI) növelték a bizalom nagyságát, így a megosztás kevésbé kockázatos és elfogadhatóbbá vált idegenekkel. Az IT-eszközök és alkalmazások olyan szolgáltatások születését eredményezték, mint az Airbnb, a Car2Go, a DriveNow, az Uber, az Ola, az Oszkár, a Zipcar, a Blablacar és így tovább. Az elmúlt években még olyan nagyvállalatok is, mint a BMW, a MOL és az AUDI elindították saját megosztási platformjaikat, mivel azokat vonzóknak, fenntarthatóknak és üzletbarátnak tartják.

A hatékony digitális platformok, a fogyasztók hajlandósága a felhasználói üzleti modelleket elősegítő mobilalkalmazások kipróbálására, a megosztott IT-alapú vállalkozások, a digitális identitás, a hatékony és gyors digitális fizetési rendszerek, valamint a megosztáson alapuló gazdaság tulajdonjogának változó társadalmi koncepciója által ösztönözve, az elmúlt két

évtizedben látványos növekedést generáltak. Tekintettel a vagyonmegosztás irányába mutató jelenlegi globális trendekre, a megosztáson alapuló gazdaság az elkövetkező évtizedekben elkerülhetetlenül a globális gazdaság fontos részévé válik. A Brookings Institution által közzétett cikk szerint a megosztási gazdaság becsült értéke a 2014-es 14 milliárd dollárról 2025-re 335 milliárd dollárra nő (Yaraghi & Ravi, 2017). Ez a becslés az Uber és az Airbnb gyors növekedésén alapul. A PricewaterhouseCoopers (PWC) által kiválasztott európai országokban végzett tanulmányon alapuló „Share Economy 2017” jelentés szerint az alábbiakban látható a megosztási gazdaság átlagos éves használati gyakorisága a különböző iparági szegmensekben (Share Economy, 2017). A PWC szerint 2017-ben 275 vállalat működött Európában a megosztási gazdaságban.

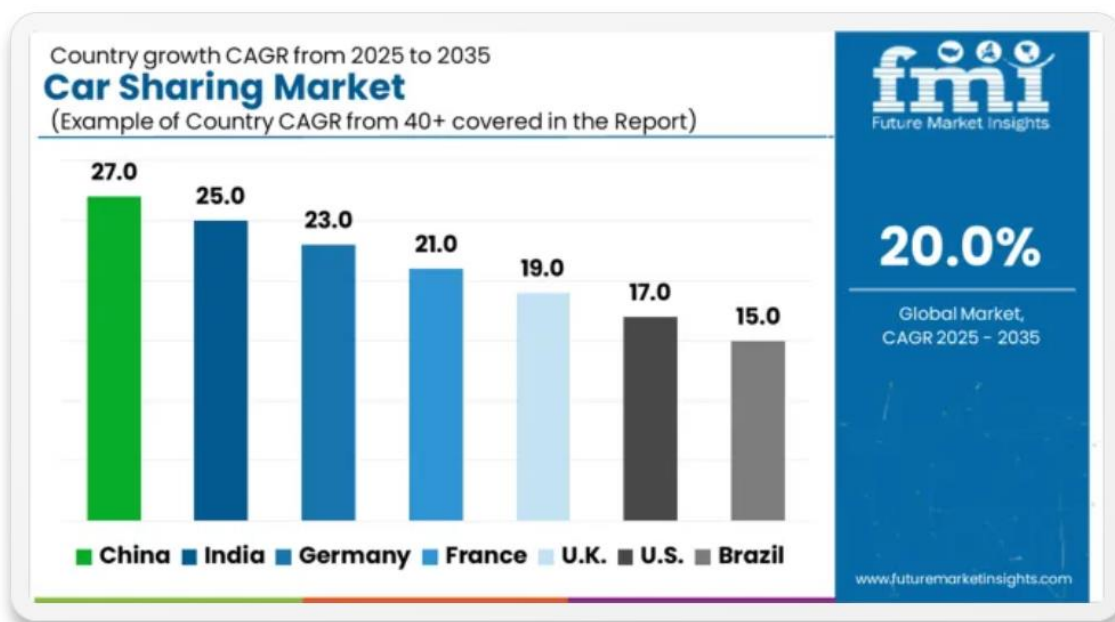
1. táblázat. A megosztási gazdaság átlagos használata a különböző iparági szegmensekben a felhasználók szerint

Szórakozás	33.3%
Közlekedés	9.5%
Napi fogyasztási cikkek	8.6%
Gépek	5.6%
Pénzügy	5.4%
Szállás	5.0%
Szolgáltatás	4.9%

Forrás: Share Economy, New Business Model, at <https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/share-economy-report-2017.pdf>

Az autó megosztás terjeszkedése volt a leggyorsabb a megosztáson alapuló gazdaság összes szegmense közül, amelyet a szállás és az idegenforgalom követett. Ma már számos ilyen vállalat működik az összes kontinensen. Ezek közé tartozik az Uber, az Ola, az Oscar, a BlaBlaCar, a VULOG, a MOMO Carsharing és a Zipcar, valamint a hagyományos autókölcsönző cégek, mint a Hertz, az Europcar, a Sixt, az Avis, a Rent a Car és így tovább. A globális autómegosztási szolgáltatások várható növekedését az alábbi, a Statista által készített táblázat mutatja. Susan Shaheen és Adam Cohen (2016) tanulmánya szerint a globális autómegosztás növekedése lenyűgöző. Míg 2014 októberében az autómegosztás 5 kontinens 33 országában és körülbelül 1530 városban működött, mintegy 4,8 millió taggal, akik több mint 104 000 járművet osztottak meg egymás között, addig a globális autómegosztási piac 2025 és 2035 között várhatóan 20,0%-os összetett éves növekedési rátával fog bővülni, amit a növekvő költségtudatosság, a digitális mobilitási platformok és a járműtulajdonlás terheinek csökkentésére irányuló fokozott figyelem ösztönöz. Kína vezet 27,0%-os részesedéssel, amit a kiterjedt városi mobilitási hálózatok, az erős kormányzati ösztönzők és az alkalmazásalapú közlekedési szolgáltatások magas fogyasztói elfogadottsága támogat. India követi 25,0%-kal, amit a fiatalabb demográfiai adatok, az alkalmazások gyors elterjedése és a személygépkocsik megfizethető alternatíváira irányuló kereslet táplál.

Franciaország 21,0%-os részesedéssel rendelkezik, amit az ingázók és a környezet tudatos felhasználók kereslete támaszt alá, míg az Egyesült Királyság 19,0%-kal és az Egyesült Államok 17,0%-kal a flotta beruházások növekedése és a digitális mobilitási platformok által támogatott folyamatos bővülést mutatnak. Ezek az országok a globális autómegosztási modellek fejlődését meghatározó központi pontokat képviselik, betekintést nyújtva az elfogadási arányokba, a beruházási áramlásokba és a szabályozási irányokba.



1. ábra. Az autómegosztási piac országonkénti növekedése 2025-től 2035-ig

Forrás: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/car-sharing-market>

A megosztáson alapuló gazdaság növekedése Magyarországon

A Balaton és a Mátra hegység, a külföldiek legnépszerűbb nyaralóhelyei, fürdők és gyógyfürdők időben megosztott használata, a turisták reptéri transzferje a szállodákba, valamint használt áruk eladása és cseréje már az online platformok megjelenése előtt is gyakori volt Magyarországon. A modern kontextusban az Uber volt az egyik első autómegosztó szolgáltatás, amelyet Budapesten vezettek be. A taxisofőrök tiltakozása és a magyar taxiszolgáltatásokra vonatkozó szigorú szabályozás miatt azonban az Uber hamarosan betiltásra került. Mindez röviddel azután történt, hogy a vállalat 2014 novemberi indulását követően 2016 közepére több mint 160 000 ügyfelet és 1200 sofőrt sikerült regisztrálnia. Az Euromonitor International szerint az Airbnb rövid távú szálláskölcsönzési szolgáltatás meglehetősen népszerű a Magyarországra érkező külföldi turisták körében, akik inkább kedvező árú apartmanokban szállnak meg. Jelenleg több mint 8000 apartman szerepel az Airbnb listáján, amelyek többsége Budapesten található. Ez a magyarországi rövid távú bérleti lehetőségek körülbelül egyötödét jelenti, amelyek népszerű üdülő- és gyógyfürdőhelyeken szolgálják ki a turistákat, de az ország más népszerű úti céljai is felzárkóznak (Euromonitor International, 2019). A szerzők által végzett felmérés a következő részleteket tárta fel a magyarországi mobilitási szektorban működő megosztási gazdaságról.

A MOL, egy multinacionális vállalat 2014. szeptember 8-án elindította a MOL Bubi nevű kerékpármegosztó vállalkozást a környezettudatosság népszerűsítése érdekében. 2025. október 30-án Budapesten 222 dokkolóállomás és 2460 kerékpár állt rendelkezésre, ahol a kerékpárokat fel lehetett venni és le lehetett tenni. A MOL Bubi felhasználói 24 órás, 72 órás vagy heti jegyet, illetve negyedéves, féléves vagy éves bérletet vásárolhatnak a nyilvános kerékpármegosztó rendszerhez való hozzáférés díjának megfizetésével. A MOL Bubi jeggyel vagy bérlettel rendelkezők minden utazás első 30 perce ingyenes. A kerékpár bármelyik dokkolóállomáson felvehető a terminál vagy a kerékpár hátsó részén található érzékelő segítségével, illetve a MOL Bubi mobilalkalmazás használatával.

A GreenGo az első e-autómegosztó szolgáltatás Budapesten, amely 2016 novemberében 45 autóval kezdte meg működését. 2025 októberére az autók száma 500-re emelkedett. A GreenGo környezetbarát, zöld rendszámú elektromos járműveket kínál. Az online regisztrációt követően az iOS és Android rendszerekre elérhető okostelefonos alkalmazás segítségével lehet hozzáférni a GreenGo autókhoz. Az autók a nap 24 órájában, szerződés nélkül és kulcsátadás nélkül állnak rendelkezésre. A fizetés automatikusan a bankkártyáról történik, a számlákat elektronikus úton küldik ki. A díjak mindent tartalmaznak: a használati díjat, az üzemanyagot, a parkolást és a karbantartást. Az ügyfél az online alkalmazásban megtalálja a legközelebbi autó helyét, és használat után bármelyik pestisi közparkolóban hagyhatja az autót.

A MOL LIMO autókölcsönző szolgáltatást a MOL 2018. január 29-én indította el. A regisztrációt követően a MOL LIMO szolgáltatás egy alkalmazáson keresztül 24 órában elérhető. A LIMO zóna Budapest belvárosi kerületeit fedi le. Jelenleg a MOL LIMO 450 autót kínál: 20 elektromos Smart EQ (2 üléses), 30 elektromos Smart EQ (4 üléses), 100 elektromos Volkswagen eUp!, 250 gázüzemű Volkswagen Up! és 50 Mercedes-Benz A-osztály. Bárki, aki elmúlt 18 éves, legalább egy éve rendelkezik érvényes B kategóriás vezetői engedéllyel és regisztrál, hozzáférhet az autóhoz a LIMO alkalmazáson keresztül. A szolgáltatás perc alapú díjszabás alapján vehető igénybe, havi díjjal vagy anélkül. A perc alapú díj tartalmazza az összes költséget, beleértve a használati díjat, az üzemanyag-feltöltést, a parkolást és a karbantartási költségeket. A MOL Limo-nak nincsenek kijelölt állomásai. A felhasználó a Limo zónán belül bármely nyilvános parkolóhelyen hagyhatja az autót anélkül, hogy fizetnie kellene érte. A fizetések automatikusan levonásra kerülnek a regisztrált bankkártyáról vagy hitelkártyáról.

A DriveNow egy autómegosztó szolgáltatás, amely teljes egészében a BMW autógyártó tulajdonában van. A DriveNow szolgáltatás 2011 júniusában indult Münchenben, Németországban. A DriveNow Hungary, egy helyi bejegyzésű vállalat, 2019. április 29-én indította el alkalmazásalapú autómegosztó szolgáltatását Budapesten, 240 járművel. A szolgáltatás 2020-ban üzemszerűen már SHARE NOW néven futott Budapesten, mivel a DriveNow és Car2Go szolgáltatások összeolvadása után ez lett az operátor márkája. A szolgáltatás Budapest és környékének 63 négyzetkilométeres területét fedi le. A bérleti díjat percről percre számolják, napi, három-, hat- és kilencórás bérletek közül lehet választani. A Magyarországon rendelkezésre álló autók főként Mini, BMW i3, X2 és 1-es sorozatú modellek. Az autók az iOS és Android rendszerekre elérhető DriveNow alkalmazáson keresztül érhetők el.

A fent felsoroltakon és az Oszkár nevű, távolsági autómegosztó szolgáltatáson kívül, amelyet a következő szakaszban részletesen ismertetünk, Magyarországon nincs más nyilvános autómegosztó szolgáltatás. A német autógyártó Audi azonban rendelkezik egy Audi 1.2 GO nevű autómegosztó szolgáltatással, amelyet kifejezetten alkalmazottai számára terveztek, hogy azok a vállalat működési területén belül hivatalos ügyeiket intézhessék. Ezt a szolgáltatást kifejezetten az Audi alkalmazottai mobilitásának megkönnyítése és lojalitásuk megszerzése érdekében hozták létre. Ez a szolgáltatás nem elérhető a nyilvánosság számára.

Oszkár, Magyarország – Esettanulmány

Az Oszkár Magyarország egyik legnagyobb megosztáson alapuló platformja. Míg a vállalat Magyarországon Oszkár néven ismert, nemzetközi márkaneve Motar, ami a „More Than a Ride” (Több, mint egy fuvar) rövidítése. Ez a platform valós időben összeköti a hosszú távú utazókat, akiknek autójukban üres helyek vannak, azokkal az utasokkal, akik ugyanazon az útvonalon utaznak. Az Oszkárral kapcsolatos kutatásunk részeként találkoztunk a vállalat néhány felelős tisztviselőjével, hogy megismerjük a működésük részleteit. Külön-külön interjúk

formájában utas-elégedettségi felmérést végeztünk az Oszkár autómegosztó szolgáltatásának utasaival kiválasztott útvonalakon. (Mivel ezek a felmérések bizalmas jellegűek voltak, nem áll módunkban nyilvánosságra hozni a nevüket). Az alábbi részletek e két felmérésen alapulnak.

Az Oszkár IT-platformot biztosít távolsági autómegosztási szolgáltatásokhoz, elsősorban Magyarországon, de néhány osztrák célállomáson, például Bécsben is. Jogi szempontból a vállalat csak azt várja el az utasoktól, hogy megosszák a költségeket a sofőrrel, és nem nyújt rendszeres közlekedési szolgáltatásokat. Azok az utasok, akik az Oszkár platformját választják utazásukhoz, saját felelősségükre utaznak. Pontosan ez a jogi státusz tette lehetővé, hogy az Oszkár túlélje a 2016-os évet, amikor a magyar kormány szigorította a személyszállítási szolgáltatásokra vonatkozó jogi környezetet az országban. Ezzel szemben az Uber, amelyet rendszeres közlekedési szolgáltatásokat nyújtó vállalatnak tekintettek, nem tudta túlélni az új szabályozási környezetet.

Ez az Uber 2016-os magyarországi bezárásához vezetett. Prácser Attila és Gyűrűs Máté, a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Közlekedésmérnöki Karának hallgatói, a vállalat társalapítói. Ők találták ki, tervezték meg és indították el ezt a platformot 2007 novemberében, nagyon korlátozott formában. Kezdetben mindkét társalapító mindent maga végzett: a tervezést, az IT-platformot, a műszaki szolgáltatásokat és a marketinget. Később Gyűrűs Máté a műszaki szolgáltatásokra specializálódott és műszaki igazgató lett, míg Prácser Attila átvette az ügyvezetői pozíciót, és a vállalat több útvonalon, nagyobb gyakorisággal kezdte el kínálni szolgáltatásait.

A vállalat fő célja, hogy útitársakat biztosítson azoknak a sofőröknek, akik egyedül utaznak, és szeretnék csökkenteni költségeiket, vagy szeretnének társaságot az úton, hogy kellemesebbé tegyék utazásukat. Az utasok számára ez egy gazdaságosabb, gyorsabb és rugalmasabb utazási módot kínál. Ez egy autómegosztó vagy utazásmegosztó szolgáltatás, amelynek keretében a sofőrök és az utasok ugyanazon a platformon találkoznak egymással. Az utasokat vagy egy kijelölt felszállóhelyen, vagy egy előre megbeszélte helyen veszik fel és a végállomáson teszik ki őket. Az IT-platform – Android, iOS és webalkalmazások – lehetővé teszi a járművezetők és az utasok számára, hogy valós időben megtalálják egymást. Az utasok megkapják a járművezető elérhetőségét, míg a járművezetők megkapják az utasok elérhetőségét, hogy megkönnyítsék a közvetlen kapcsolatfelvételt, és elkerüljék a félreértéseket és a késéseket. Váratlan probléma esetén a vállalat ügyfélszolgálatához is fordulhatnak.

A felvételi és leszállási helyek rugalmassága, a szolgáltatások többszöri időzítése, a csökkent utazási idő és a jelentősen alacsonyabb utazási költségek miatt a vállalat az elmúlt években jelentősen bővült, 2024-ben a regisztrált felhasználók száma már több mint 915 000 fő volt és a szolgáltatás keretében az oldalon már több mint 1 000 000 telekocsis utazás valósult meg. Mivel a távolsági vonat- és buszjáratok rögzített menetrend szerint közlekednek, az utasoknak várniuk kell és ennek megfelelően kell módosítaniuk az időbeosztásukat. Ráadásul, ha az utasok programjában változás történik, kénytelenek elveszíteni a jegyük teljes árát.

Ezzel szemben az Oszkár szolgáltatásán naponta többször is lehet utazást megosztani. Ez lehetővé teszi az utasok számára, hogy időt takarítsanak meg, mivel nem kell várakozniuk. Hasonlóképpen, az Oszkár szolgáltatásai sokszor közvetlenül az utasok otthonából/irodájából vagy a közelben lévő helyekről veszik fel őket, és a célállomásukhoz közel teszik ki őket. Ez nemcsak időt takarít meg, hanem a taxi bérlésének költségeit is, mind az indulási, mind a célállomáson. Mivel a car-sharing költsége gyakran változik, néha akár naponta is, nem lehet összehasonlítani a car-sharing költségeit a vonatok és távolsági buszok szokásos viteldíjaival.

Mindazonáltal a legtöbb esetben a car-sharing költségei kedvezően alakulnak a vonatokkal és buszokkal történő utazás költségeihez képest. Ráadásul utazás lemondása esetén az utas általában nem veszít pénzt. Ennél is fontosabb a környezetvédelem és az éghajlatváltozás korában az autómegosztás környezetbarát megoldás. Hatékony módszer a CO₂-kibocsátás és a közutak és autópályák forgalmi torlódásainak csökkentésére, továbbá ez a gyakorlat segít a városok, különösen a belvárosok forgalmi torlódásainak csökkentésében is, így a parkolóhelyek könnyebben elérhetővé válnak, és a forgalom gyorsabbá válik.

Ezen nyilvánvaló előnyök miatt az Oszkár autómegosztási szolgáltatások napról napra egyre népszerűbbek. Az általunk három éven át végzett utas-elégedettségi felmérés eredményeit két táblázatban mutatjuk be. A 2. táblázat 22 sofőrt, az általuk szállított utasok számát és a megtett kilométereket tartalmazza. A 3. táblázat az ügyfelek által ezeknek a sofőröknek adott értékeléseket tartalmazza.

2. táblázat. Oszkár sofőrök, az általuk szállított utasok száma és a megtett kilométerek

Név	Utazások száma	Utasok száma	Megtett kilométerek
Judit777	209	534	43587 km
István	296	659	79391 km
zsike53	151	342	41075 km
Nandika26	332	1387	79836 km
Optim Trans Bus Kft	9122	12580	2592614 km
Judit	130	261	28331 km
Péter	491	2822	151411 km
Tamás	263	506	97093 km
György	2227	3198	531063 km
Endre	335	965	76768 km
PajtiKGO	158	319	44483 km
Zoltán	1498	7860	325518 km
Hanna	31	43	3757 km
Ivanho	133	483	31097 km
Laszlo	219	842	66507 km
Roland79	7102	8181	6964839 km
plaszlo90	1337	8081	310966 km
Oliver	251	433	95834 km
Janos	32	31	13117 km
Norbert	96	165	21021 km
Bea	26	55	5622 km
Mirko	258	492	50783 km

Forrás: oszkar.com

3. táblázat. Ügyfelek sofőröknek adott értékelésük

Név	Értékelt utasok száma	Pont	Semleges	Negatív	Végső pont	Válaszok	Válasz adás ideje
Judit777	357	355	1	1	5	100%	néhány per- cen belül
István	405	401	2	2	5	100%	
zsike53	214	212	1	1	5	100%	
Nandika26	727	726	0	1	5	75%	
Optim Trans Bus Kft	5231	5132	76	23	5	99%	
Judit	137	137	0	0	5	100%	
Péter	1036	1022	11	3	5	100%	
Tamás	282	279	1	2	5	100%	3 óra
György	1309	1275	17	17	4..8	92%	
Endre	502	498	4	0	4..9	100%	
PajtiKGO	182	182	0	0	4..9	100%	
Zoltán	12723	12685	27	11	5	100%	
Hanna	186	184	2	0	4..9	100%	
Ivanho	238	236	2	0	4..9	100%	
Laszlo	356	350	1	5	4..6	73%	néhány per- cen belül
Roland79	2516	2379	80	55	4..8	93%	
plaszlo90	3597	3591	3	2	5	88%	
Oliver	216	200	2	14	4..1	100%	
Janos	17	17	0	0	5	100%	
Norbert	183	181	1	1	4..8	100%	
Bea	36	34	0	0	5	100%	
Mirko	273	269	2	2	5	86%	2 óra

Forrás: oszkar.com

A fenti táblázatokból egyértelműen kitűnik, hogy egy kivétellel minden sofőr 4,8 és 5 közötti értékelést kapott az 5-ös skálán. Ez egyértelműen jelzi az utasok nagyon magas elégedettségi szintjét. Hasonlóképpen, két kivétellel az utasok üzeneteire néhány percen belül válaszoltak. Ez nyilvánvalóan azt jelenti, hogy a platform szolgáltatásai rendkívül hatékonyak és gyorsak. Ezenkívül nem volt különösebb panasz a sofőrök viselkedésével kapcsolatban. A felmérés során nem jelentettek balesetet. A sofőröknek és az utasoknak adott rendszeres értékelések biztonsági hálót jelentenek mind a meggondolatlan sofőrök, mind a rendetlen utasok ellen. Míg a sofőrök megtagadhatják a rendetlen utasok szállítását, az utasok elkerülhetik a rossz értékeléssel rendelkező sofőröket. Mivel az utasok elégedettsége meglehetősen magas, a platformon a telekocsi-szolgáltatás iránti kereslet folyamatosan növekszik. Ezért az Oszkár telekocsi-platform valóban előnyös mind a sofőrök, mind az utasok számára, és ésszerű választási lehetőséget kínál. Azáltal, hogy lehetővé teszi a sofőröknek az utazási költségek ellentételezése, az Oszkár elkerülte azokat a kritikákat, amelyek a megosztási gazdaságban működő, szabályozatlan és tisztességtelen gyakorlatokat ösztönzőnek tűnő vállalatokat érik.

Ez a terjeszkedés egyértelműen tükröződik a járművezetők és utasok számának növekedésében, az üzemeltetési útvonalak bővülésében és a vállalat üzemeltető személyzetének növekedésében. A 4. táblázat a járművezetők és utasok számának növekedését mutatja be 2015 és 2024 között.

4. táblázat. A járművezetők és utasok számának növekedése 2015 és 2018 között

Év	Sofőrök			Utasok		
	Férfi	Nő	Össze- sen	Férfi	Nő	Össze- sen
2015	21921	5262	27183	290469	53582	344051
2016	26063	6282	32345	272997	70178	343175
2017	30253	7429	37682	450559	85102	535661
2018	32064	7832	39896	484774	90619	575393

Forrás: Prácser Attila igazgató, Oszkár

A 4. táblázatból egyértelműen kitűnik, hogy 2015 és 2018 között a vállalat 67,24%-os utasforgalom-növekedést regisztrált, míg a járművezetők száma 46,76%-kal nőtt. Ezek valóban jelentős növekedés. Ráadásul mindkét kategóriában – járművezetők és utasok – a férfi és női szegmens növekedése összhangban volt az általános növekedéssel. Ezen adatok alapos vizsgálata azt mutatja, hogy a női részvétel növekedése mindkét kategóriában kissé magasabb volt, mint a férfiaké. A férfi járművezetők száma 46,27%-kal nőtt, míg a női járművezetők száma 48,84%-kal. A férfi utasok száma 66,89%-kal nőtt, míg a női utasok száma 69,12%-kal emelkedett.

Ez egyértelműen jelzi a női járművezetők és utasok bizalmát a vállalat működése iránt. Bár az Oszkár szolgáltatások túlnyomó többségében valódi autómegosztáson alapulnak, egyes esetekben a járművezetők elsősorban utasok szállítására használják járműveiket, ahogyan azt a tömegközlekedési vállalatok teszik. Az ilyen gyakorlatok teljes kiküszöbölése azonban rendkívül nehéz, mivel mindig lesznek olyan járművezetők, akik elsősorban az Oszkár platformon történő utasok szállítására vásárolják meg járműveiket. Lehetetlen lenne megállapítani az egy útvonalon közlekedő összes járművezető hitelességét. Az Oszkár Facebook-oldalának 134 000 követője van. Emellett a vállalat Instagram-oldalának is jelentős követőtáborra van.

A 2018 második felére vonatkozó statisztikák szerint az 5. táblázatban látható útvonalak voltak a legnépszerűbbek az Oszkár utasok megosztott szállításával Magyarországon. Bár a távolsági útvonalak relatív népszerűsége kissé megváltozott, az alábbi 20 útvonal 2015 óta a legnépszerűbb.

5. táblázat. A legnépszerűbb útvonalak az Oszkár utasok megosztott szállításával Magyarországon

	Útvonalak	Díj	Utasok száma
1	PÉCS-BUDAPEST	2480	31581
2	SZEGED-BUDAPEST	1960	30584
3	DEBRECEN-BUDAPEST	2580	28277
4	MISKOLC-BUDAPEST	2060	26020
5	NYÍREGYHÁZA-BUDAPEST	2800	20436
6	KECSKEMÉT-BUDAPEST	1070	8660
7	KAPOSVÁR-BUDAPEST	2360	7996
8	BUDAPEST-SZOMBATHELY	2770	7444
9	GYŐR-BUDAPEST	1580	6643
10	NAGYKANIZSA-BUDAPEST	2630	5988
11	EGER-BUDAPEST	1630	5863
12	BAJA-BUDAPEST	2190	5594
13	BUDAPEST-GYŐR	1580	5092
14	BUDAPEST-SIÓFOK	1510	5086
15	ZALAEGERSZEG-BUDAPEST	2690	5051
16	BUDAPEST-VESZPRÉM	1520	4456
17	BÉCS-BUDAPEST	3580	4113
18	SOPRON-BUDAPEST	2550	3793
19	MÁTÉSZALKA-BUDAPEST	3610	3131
20	BUDAPEST-KESZTHELY	2300	2935

Forrás: Prácser Attila igazgató, Oszkár

A vállalat képviselői szerint legalább 400 000 ember használja az Oszkárt legalább egyszer egy évben. Az Oszkár autómegosztási szolgáltatások teljes felhasználói száma 2019-ig várhatóan 775 000 fő volt, 6,5 millió utazással. 2019-ben egyedül 135 000 új felhasználó csatlakozott a platformhoz. Ezek a statisztikák azt is jelzik, hogy átlagosan minden utas 8,39 utat tett meg az Oszkárral. Mivel az utasok gyakran használják ezt a platformot, nyilvánvaló, hogy elégedettek a szolgáltatásokkal. A napi használat jelentősen eltér a hétköznapiak, a péntekes és a hétvégi, valamint az évszakok között. A legnagyobb használatot a nyári hónapok hétvégéin regisztrálták. 2019 novemberében a vállalatnak hat fős dedikált marketing- és ügyfélszolgálati csapata volt, valamint négy további munkatársa, akik a normál munkaidőn kívül kezelték az ügyfélszolgálati feladatokat. Ezért egyértelmű, hogy a távolsági autómegosztási szolgáltatások növekvő népszerűsége Magyarországon hozzájárult az Oszkár gyors növekedéséhez.

Következtetés

Az elmúlt két évtizedben a megosztáson alapuló gazdaság átírta a hagyományos gazdasági rendszer szabályait. Az egyének és a családok megosztják tulajdonukat és erőforrásaikat idegenekkel, ami néhány évvel ezelőtt még elképzelhetetlen volt. A digitális platformok megkönnyítették a valós idejű interakciót, áthidalva az idő és a tér korlátait. Az online értékelések, valamint a bizalom és a hírnév indexe növelte az idegenek iránti bizalom körét. A társadalmi struktúra változása, a városi környezetben növekvő anonimitás, a gazdasági fenntarthatóság, az IT-platformok növekedése és a bizalom körének bővülése az elmúlt két évtizedben a megosztáson

alapuló gazdaság látványos növekedéséhez vezetett. A magyar gazdaság is a megosztáson alapuló gazdaság gyors növekedését tapasztalja, különösen a közlekedés és a szállás területén. Az Oszkár távolsági autómegosztó vállalkozás egy sikeres példa ebben a szektorban. 2014 óta látványos növekedést mutat, és az ügyfél-elégedettségi szintje meglehetősen magas. Mind a járművezetők, mind az utasok profitáltak az Oszkárból, amint azt fentebb vázoltuk. Ráadásul ez egy környezetbarát, fenntartható gazdasági modellt képvisel, amely sikeresen csökkentette a szén-dioxid-kibocsátást és a közúti forgalmi torlódásokat. Az ilyen autómegosztó vállalatokra vonatkozó szabályozási keret, az utasok biztonsága és a járművezetők felelőssége azonban olyan kérdések, amelyekkel a következő években foglalkozni kell.

Források

- Avital, M., Carroll, J. M., Hjalmarsson, A., Levina, N., Malhotra, A., & Sundararajan, A. (2015). *The Sharing Economy: Friend or foe?* Paper presented at the 36th International Conference on Information Systems, Fort Worth, TX.
- Bauman, Z. (2007). *Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty*. Cambridge: Polity.
- Bardhi, F., Eckhardt, G.M., & Arnould, E. J. (2012). Liquid Relationship to Possessions. *Journal of Consumer Research*, 39 (3), DOI: [10.1086/664037](https://doi.org/10.1086/664037)
- Belk, R. (2009). Sharing *J. Consum. Res.*, 36, pp. 715-734. Google Scholar.
- Bert, J., Collie, B., Gerrits, M., Xu, G., (2016) *What's Ahead for Car Sharing? The New Mobility and Its Impact on Vehicle Sales*, The Boston Consulting Group, retrieved from https://image-src.bcg.com/Images/BCG-Whats-Ahead-for-Car-Sharing-Feb-2016_tcm9-64441.pdf
- Botsman, Rachel, and Roo Rogers (2010), *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, New York: HarperCollins.
- Cusumano, M. A. (2014). How traditional firms must compete in the sharing economy. *Communications of the ACM*, 58(1), 32–34.
- Euromonitor International (2019). Hungary: *The Painful Birth of the Sharing Economy*. Available at: <https://blog.euromonitor.com/hungary-the-painful-birth-of-the-sharing-economy/> [Accessed on 20 September 2019].
- Gata, J. (2015). *The Sharing Economy*, Competition and Regulation. CPI.
- Hawlitschek F, Teubner T, Adam MTP, Borchers NS, Möhlmann M, Weinhardt C (2016). *Trust in the sharing economy: An experimental framework*. International Conference on Information Systems, ICIS 2016. Available: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85019453377&partnerID=40&md5=078cfb694febff08b8440bca530a48e5>
- Hamari, J., Sjöklint, M., and Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059.
- Hira Andy and Katherine Reilly, (2017). The Emergence of Sharing Economy: Implications for Development. *Journal of Developing Societies*. 33(5): 0169796X1771007.
- Investopedia. (2019). Available at: <https://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp> [Accessed on 17 September 2019].
- Jaconi, M., (2014). The 'On-Demand Economy' Is Revolutionizing Consumer Behavior - Here's How. *Business Insider*. Retrieved from <http://www.businessinsider.com/the-on-demand-economy-2014-7>
- Bert, J., Collie, B., Gerrits, M., Xu, G., (2016). *What's Ahead for Car Sharing? The New Mobility and Its Impact on Vehicle Sales*, by The Boston Consulting Group, February 2016, retrieved from https://image-src.bcg.com/Images/BCG-Whats-Ahead-for-Car-Sharing-Feb-2016_tcm964441.pdf
- Lessig L. (2008). *Remix-Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. Penguin.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
- Ozanne, L., & Ballantine P. (2010). Sharing as a Form of Anti-consumption? An Examination of Toy Library Users. *Journal of Consumer Behaviour*, 9 (6), 485–98. DOI: 10.1002/cb.334
- Rifkin, J. (2011). *The Third Industrial Revolution*, Palgrave MacMillan.
- Ritzer, G., (2010). *Sociological Theory*. New York: McGraw-Hill.

- Share Economy, New Business Model. (2017) PWC. (pdf) Available at: <https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/share-economy-report-2017.pdf> [Accessed on 18 Sept., 2019].
- Shahan, S., & Cohen, A. (2016). *Innovative mobility car sharing outlook: Carsharing market overview, analysis, and trends: Winter 2016*. (pdf) Available at: http://innovativemobility.org/wp-content/uploads/2016/02/Innovative-Mobility-Industry-Outlook_World-2016-Final.pdf [Accessed on 20 September, 2019]
- Yaraghi Niam and Ravi Shamika, (2017). *The Current and Future State of the Sharing Economy*. Brookings India IMPACT Series No.032017 March 2017. (pdf) Available at: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/12/sharingeconomy_032017final.pdf [Accessed on 18 Sept. 2019]
- Wilson, B., (2017). *What is the 'gig' economy?* Retrieved from <http://www.bbc.com/news/business-38930048> [Accessed on 20 September 2019]
- Zervas G, Proserpio D, Byers J. (2015) *A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average*. Available: <https://ssrn.com/abstract=2554500>