

A környezettudatosság fogyasztói percepciója a megosztáson alapuló közlekedési eszközök tükrében

Consumer perceptions of environmental awareness in the light of transportation in sharing economy

KÖKÉNY LEVENTE

PhD hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, levente.kokeny@uni-corvinus.hu

K. SZABÓ ÁRON

PhD hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, aron.szabo@uni-corvinus.hu

Absztrakt

A megosztásos közösségi közlekedés egy olyan innovatív megközelítés, amely a hagyományos egyéni gépjárműhasználat helyett a közösségi erőforrások megosztására épül. Ez a koncepció lehetővé teszi, hogy az emberek közösen használják a járműveket, így csökkentve a személyes használatba vett autók számát az utakon, ezzel hatékonyabban kihasználva a meglévő járműállományt. Szisztematikus szakirodalmi elemzést végeztünk annak érdekében, hogy megértsük, milyen tényezők motiválják a fogyasztókat a megosztáson alapuló szolgáltatások igénybevételére. A kutatásunk során összesen 43 publikációt tekintettünk át, és ezek alapján 3 fő témakört azonosítottunk: *Környezettudatosság*, *Gazdasági megfontolás* és *Biztonság*. A legtöbb kutatás a fiatal generációra összpontosított, és nem tett különbséget az új és a tapasztalt felhasználók között a közösségi közlekedés terén. Az eredmények alapján megállapítottuk, hogy a környezettudatosság kiemelt szerepet játszik a fogyasztói döntésekben a megosztásos közösségi közlekedés területén. A fogyasztók egyre inkább arra törekednek, hogy fenntarthatóbb módon használják az erőforrásokat, és ennek érdekében hajlandók megosztani a közlekedési eszközöket másokkal. A környezettudatosság motiválja őket arra, hogy csökkentsék a gépjárműhasználatot és mindinkább közösségi megoldásokat válasszanak. Azonban további kutatási lehetőségként javasolható egy átfogóbb, kvantitatív megközelítés alkalmazása is, amely lehetővé teszi a nagyobb adatmennyiségen alapuló eredmények elérését.

Kulcsszavak: közösségi megosztás, fenntarthatóság, biztonság, gazdaságosság, közlekedés

Abstract

Shared communal transportation is an innovative approach that focuses on the sharing of communal resources instead of traditional individual car ownership. This concept allows people to collectively use vehicles, reducing the number of personal cars on the roads and maximizing the utilization of existing vehicles. We conducted a systematic literature analysis to understand the factors that motivate consumers to adopt sharing-based services. In our research, we analyzed a total of 43 publications, and identified three main themes: Environmental consciousness, Economic considerations and Safety. Most studies primarily focused on the younger generation and did not differentiate between new and experienced users in the realm of communal transportation. Based on our findings, we determined that environmental consciousness plays a significant role in consumer decision-making within the shared communal transportation domain. Consumers are increasingly inclined to use resources in a more sustainable manner, and they are willing to share transportation options

as part of that commitment. Environmental consciousness motivates them to reduce car usage and opt for community-based solutions instead. However, as a further research option, a more comprehensive, quantitative approach could be proposed, which would allow for results based on more data.

Keywords: social sharing, sustainability, safety, economic, transportation

1. Bevezetés

Az elmúlt években egyre nagyobb hangsúlyt kap a környezettudatosság és fenntarthatóság a fogyasztói döntésekben. Az emberek egyre inkább felismerik a környezeti problémákat és a saját szerepüket azok megoldásában. Ebben a kontextusban a megosztáson alapuló közlekedési eszközök jelentősége is kiemelkedővé vált. A közösségi megosztáson alapuló közlekedési szolgáltatások, mint például az autómegosztás, kerékpár-megosztás és közösségi tömegközlekedés, lehetőséget nyújtanak az embereknek, hogy közösen használják a közlekedési eszközöket, ezzel csökkentve az egyéni gépjárműhasználatból adódó környezeti terhelést. Kutatásunk tematikus kerete magában foglalja a fogyasztói attitűdök, motivációk és preferenciák vizsgálatát. Kíváncsiak vagyunk arra, hogy milyen tényezők befolyásolják a fogyasztók döntéseit a megosztott közlekedési eszközök használatával kapcsolatban. Fontos számunkra az ár, a kényelem és a biztonság kérdése is, valamint az adatvédelem és a személyes információk kezelése.

Az elemzés során azonosítottuk a *Környezettudatosság*, a *Gazdasági megfontolások* és a *Biztonság* tényezőket a megosztáson alapuló közlekedési eszközök közötti kapcsolatot vizsgáló korábbi kutatások alapján. Ezen túlmenően, az elemzés segített azonosítani azokat a kulcsfontosságú tényezőket, amelyek befolyásolják a fogyasztók döntését a közösségi közlekedés választásában a környezettudatosság szempontjából. A szisztematikus szakirodalom elemzése további előnyöket is nyújtott számunkra. Megismertük az aktuális kutatási irányokat és hiányosságokat ezen a területen, ami lehetővé teszi számunkra, hogy a kutatásunkkal kiegészítsük a meglévő ismereteket és új információkat hozzunk a témában.

Összességében a kutatásunknak a környezettudatosság, a biztonság és a gazdasági megfontolásokat befolyásoló fogyasztói percepciójára való összpontosítása lehetővé teszi számunkra, hogy betekintést nyerjünk a megosztáson alapuló közlekedési eszközök használatának motivációiba és akadályaiiba. Reméljük, hogy eredményeink hozzájárulnak a fenntartható közlekedési megoldások terjesztéséhez és a környezettudatos közlekedés elterjedéséhez.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Megosztáson alapuló közösségi közlekedés

A megosztáson alapuló közösségi közlekedés olyan innovatív megközelítés, amely az emberek utazási és közlekedési igényeit hivatott kielégíteni (NOLL, 2017). Ez a modell lehetővé teszi, hogy az emberek megosszák járműveiket másokkal, ezzel csökkentve az autók számát az utakon, és hatékonyabban kihasználva a meglévő erőforrásokat (BOUTUEIL, 2018).

Egyik példa a megosztáson alapuló közösségi közlekedésre a carsharing, vagyis az autómegosztás. Ez a modell lehetővé teszi, hogy az emberek autóikat rövid távú használatra másokkal megosszák (CLEWLOW, 2016). A felhasználók csak akkor bérelnek autót, amikor szükségük van rá, így csökkentve az autók számát a városokban és a parkolóknban. Az autómegosztás előnyei közé tartozik a közlekedési költségek csökkentése, a parkolási

problémák enyhítése és a városi közlekedés fenntarthatóságának előmozdítása (VASKELAINEN, 2018).

Egy másik példa a közösségi kerékpármegosztás, amely egyre népszerűbb a városi területeken. Ebben a modellben a közösségi kerékpárokat lehet kölcsönözni rövid távú utazásokhoz. A felhasználók regisztrálnak a szolgáltatásra, majd a rendszeren keresztül könnyedén hozzáférhetnek a közösségi kerékpárokhoz a város különböző pontjain. Ez a megközelítés elősegíti a fenntartható közlekedést, mivel a rövid távolságokat könnyen és környezetbarát módon lehet megtenni kerékpárral (CHENG et al., 2021).

A megosztáson alapuló közösségi közlekedés számos előnnyel jár. Először is, hozzájárul a városi közlekedés fenntarthatóságához és a légszennyezés csökkentéséhez, mivel kevesebb autó kerül az utakra (FRENKEN – SCHOR, 2017). Segít csökkenteni a forgalmat és a parkolási nehézségeket a városokban, különösen a sűrűn lakott területeken. Illetve, pénzt takaríthatnak meg azok, akik nem rendelkeznek saját járművel, de időnként autóra vagy kerékpárra van szükségük (SUNDARARAJAN, 2017).

2.2. A fogyasztó környezettudatossága

A környezettudatosság az egyének és a közösségek fontos szempontjává vált a fenntartható jövő érdekében (LORENZONI et al., 2007). A környezettudatosság fogalma a környezettel való felelősségteljes és fenntartható kapcsolatot jelenti, amely magába foglalja a környezeti problémák felismerését, az erőforrások takarékos felhasználását, valamint a természeti környezet megőrzését és védelmét (HUNGERFORD – VOLK, 1990).

A környezettudatosság fontosságának elismerése és az ezzel kapcsolatos kutatások növekedése nyomán számos tanulmány foglalkozik ezzel a témával. Schulz és munkatársai (2005) átfogóan vizsgálja a környezeti attitűdök és viselkedések különbségeit különböző kulturális kontextusokban. A tanulmány rámutat a kulturális, gazdasági és demográfiai tényezők hatására, valamint az egyének és a társadalmak környezettudatossággal kapcsolatos szokásainak és attitűdjeinek változatosságára.

Steg és munkatársai (2014) a környezettudatos viselkedés elősegítésének módszereit és hatásait vizsgálták. Kutatásukban bemutatnak egy integratív keretrendszert, amely összefogja a pszichológiai, szociológiai és gazdasági megközelítéseket a pro-environmentális viselkedésre való hatással kapcsolatban. A tanulmány részletesen elemzi a motivációs tényezőket, a társadalmi normák és értékek szerepét, valamint az intézményi és politikai beavatkozás lehetőségeit a környezettudatos cselekvés ösztönzésében. A fogyasztók környezeti tudatosságának növekedésével a kiskereskedők és a környezetbarát működéssel rendelkező gyártók előnyben részesülnek (LIU et al., 2012).

2.3. Fogyasztói biztonság

Az észlelt termékbiztonság meghatározó tényező a fogyasztók magatartásában és vásárlási döntéseiben. A biztonságérzet formálásában számos termékkel kapcsolatos tényező szerepet játszik, például az ár, a márkanév, az üzlet neve, a promóciós csatornák, a forrás hitelessége, a származási ország, a termékvizsgáló hatóság jellege és a garancia. Ezek a változók jelentős hatást gyakorolnak az észlelt termékbiztonságra (CHING BIU TSE, 1999).

Az egyéni és humán biztonság nem teljes mértékben érthető meg pszichológiai aspektusok nélkül. A biztonságérzet és az általános pszichés jólét szorosan összefonódik egymással, és mindkettő a kontroll érzésétől is függ. A pszichológiai biztonság az egyén olyan állapota, amikor képes saját önfenntartási szükségleteit kielégíteni, és érzékeli saját védelmi mechanizmusainak hatékonyságát a társadalmi keretek között (ZOTOVA – KARAPETYAN, 2008). Más definíció szerint a pszichológiai biztonság az interperszonális kockázatokkal

kapcsolatos észleléseket írja le egy adott kontextusban, beleértve azokat a következményeket is, amelyek a kockázatvállalással járnak (EDMONDSON – LEI, 2014).

A kockázat egy általános fogalom, amely alkalmazástól független. Az élet különböző területein folyamatosan vannak potenciális kockázati források vagy események (fenyegetések), amelyek az emberi értékekre nézve következményekkel járhatnak (WANG et al., 2019). A kockázatértékelés során azonosítani kell ezeket a forrásokat, eseményeket és következményeket, valamint kezelni a velük járó bizonytalanságokat (BLYNOVA et al., 2018). Fontos, hogy a kockázatkezelési folyamatban különböző eszközöket használjunk, beleértve a valószínűséget, és figyelembe vegyük az erőforrások optimális felhasználását és a különböző aggályokat, például a kockázatot és a költségeket (AMUNDRUD et al., 2017).

2.4. Gazdasági megfontolások

A gazdasági döntések meghozatala során a fogyasztók számos gazdasági megfontolást vesznek figyelembe (MCFADDEN, 2001). Ezek az eltérő tényezők befolyásolják a fogyasztók vásárlási szokásait és döntéseiket, és az egyéni, családi vagy társadalmi szinten megjelenő gazdasági hatásokat tükrözik (TAN, 2002).

Az ár és a költség a fogyasztók egyik legfontosabb gazdasági szempontja (SINHA - SMITH, 2000). A vásárlók általában az árakat összehasonlítják és értékelik, hogy megtalálják a legmegfelelőbb ár-érték arányt. A fogyasztók figyelembe veszik a termék vagy szolgáltatás költségeit, beleértve az árat, a szállítási költségeket, az adókat és a várható karbantartási költségeket is (FRENZEL et al., 2023).

A fogyasztók számára fontos szempont a termék vagy szolgáltatás hasznossága és minősége (DÍAZ-MARTÍN et al., 2000). A vásárlók törekednek arra, hogy olyan termékeket vagy szolgáltatásokat válasszanak, amelyek megfelelnek az igényeiknek és elvárásaiknak. A jó minőségű termékek hosszabb távon gazdaságosabbak lehetnek, mivel kevesebb javításra vagy cserére van szükség. A fogyasztók hajlamosak figyelembe venni a várható hosszú távú előnyöket és költségeket a vásárlási döntéseik során (CAMERAN et al., 2010). Egy energiahatékony háztartási gép magasabb árat kérhet, de hosszú távon alacsonyabb energiafogyasztással jár, és ezáltal csökkenti a havi fenntartási költségeket. A fogyasztók gyakran átgondolják, hogy hosszú távon mennyit spórolhatnak vagy veszíthetnek egy adott termék vagy szolgáltatás megvásárlásával (CAIN, 2022; LIU, 2007).

2.5. Pókhálómodell

A pókhálómodell vagy hálózatmodell egy vizualizációs módszer, amely segítséget nyújt összetett kapcsolatok, folyamatok és rendszerek ábrázolásához. Ez a modell egy hálózatot alkot, amely csomópontokból és azokat összekötő élekből áll (MAYR, 1877).

3. Kutatás módszertana

A szisztematikus szakirodalmi áttekintés célja, hogy összefoglalja a választott témakör kutatásait egy meghatározott időszakban, bemutassa a főbb eredményeket, és rámutasson az adott téma kapcsán bekövetkezett változásokra (FENYVESI – VÁGÁNY, 2019). Ezen módszer segítségével a metaanalízis lehetőséget nyújt új eredmények megszerzésére a témával kapcsolatban (MACK, 2016). Az irodalmi áttekintés során azonosíthatók a kutatási hiányosságok vagy érdekességek, amelyek alapján további empirikus kutatások végezhetők (WEBSTER – WATSON, 2002), és elősegítheti új kutatási kérdések megfogalmazását (ROWLEY – SLACK, 2004). A szisztematikus szakirodalmi áttekintés révén megalapozott

kutatási kérdéseket állíthatunk fel, majd ennek megfelelően meghatározhatunk egy olyan módszertant, amely a leginkább segíti a témakör további átfogó vizsgálatát.

A kutatásunk során a PRISMA protokollt (MOHER et al., 2009) követtük. Első lépésként áttekintettük a megosztáson alapuló közösségi közlekedés témájával foglalkozó szisztematikus szakirodalmi áttekintéseket végző kutatásokat. Ezt követően meghatároztunk egy keresőkérdést, mondatot, amely a következő volt: *Fogyasztói attitűd a megosztáson alapuló közösségi közlekedésben*. Adatbázisként a Google Scholar, a Researchgate és a ScienceDirect szolgált, hogy megfelelő hitelességű publikációkhoz juthassunk. Feltételek között szerepelt, hogy a publikációk csak idegennyelvű források lehetnek, valamint, hogy a publikációk ne egy kontinensen megjelent folyóiratokhoz tartozzanak, hanem több ország, kontinens munkái legyenek. A megjelenéssel kapcsolatban is szabtuk meg szűrő feltételt. Első körben 2015 vagy újabb kutatásokat kerestünk, majd kibővítettük a szűrést az elmúlt 10 évre, azaz 2013-nál nem régebbi megjelenésű publikációkra. Ezt követően kulcsszavakat, majd kulcskifejezéseket alkottunk meg angol nyelven, amelyeket a kutatásunk során a kereséshez használtunk. Kulcsszavaink a *social sharing, sustainability, safety, economic, transportation* voltak, míg kulcskifejezéseknek a következőket alkottuk meg: *social sharing in transport, social sharing economy, shared public transport, consumer attitude, consumer sense of safety in transport, economic considerations*. Kutatásunk során első körben 61 publikációt gyűjtöttünk ki, amelyeket duplikációk, valamint a témakörhöz kevésbé való illeszkedése miatt 43 publikációra szűkítettünk. A 43 publikációból 21 került részletes feldolgozásra, amelyek a meghatározott keresési feltételekhez leginkább illeszkedtek (1. táblázat).

1. táblázat
Szisztematikus irodalom elemzés módszertana

Keresőkérdés	Kulcsszavak	Kulcskifejezések	Publikációk kritériumok utáni szűrése
Fogyasztói attitűd a megosztáson alapuló közösségi közlekedésben	<ul style="list-style-type: none"> ● social sharing ● sustainability ● safety ● economic ● transportation 	<ul style="list-style-type: none"> ● social sharing in transport ● social sharing economy ● shared public transport ● consumer attitude ● consumer sense of safety in transport ● economic considerations 	<ul style="list-style-type: none"> ● 43 publikáció áttekintése keresés szerint ● 21 került részletes feldolgozásra

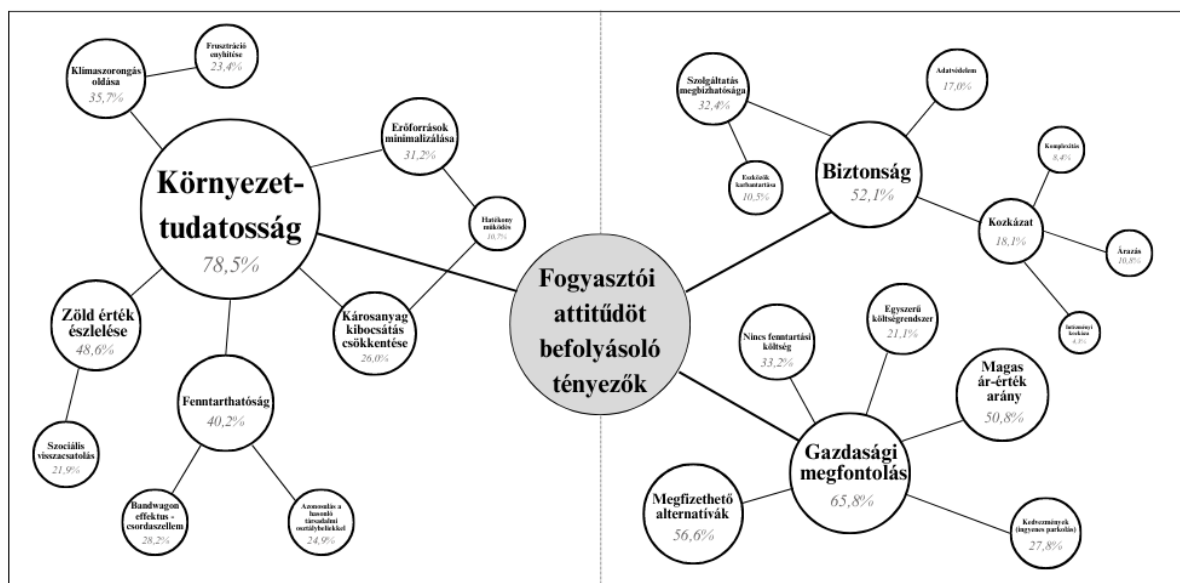
Forrás: saját szerkesztés

4. Eredmények

A szisztematikus szakirodalmi áttekintés során olyan a fogyasztói attitűdöt befolyásoló jellemzőket kerestünk, amelyek hatással vannak a közösségi megosztáson alapuló közlekedési megoldások elfogadására. Ezeket a jellemzőket saját adatbázisban gyűjtöttük és különböző ismérvek mentén címkéztük (1. ábra). Az ábrán az egyes tényezőkhez a vizsgált cikkekben való előfordulásuk alapján százalékos értéket rendeltünk. A vizsgált jellemzők közül jelen dolgozatban a környezettudatosság jellemzőjének megismerésére és bemutatására helyezük a hangsúlyt. Ennek legfőbb oka az, hogy a szisztematikus irodalomáttekintés során végzett elemzés arra a következtetésre jutott, hogy az összes vizsgált fogyasztói attitűdöt befolyásoló jellemző közül a *Környezettudatosság*, mint tényező aránya a legmagasabb.

1. ábra

A fogyasztói attitűdöt befolyásoló tényezők és azok előfordulási aránya



Forrás: saját szerkesztés

A feltárt jellemzők egy része könnyen azonosítható (konkrét cselekvés következménye), míg másrészt nehezebben feltárható, pl. implicit asszociációval (HOFMANN et al., 2011). Az általunk vizsgált környezettudatossági szempontban az implicit jellege a feltárt tényezőknek igen magasabb, amely minden olyan további tényezőre is igaz, ahol magas a pszichológiai vagy szociális befolyás.

4.1. A fogyasztói attitűdöt befolyásoló tényezők

Szisztematikus irodalomáttekintésünk alapján a fogyasztói attitűdöt befolyásoló tényezőknek 3 nagyobb csoportját azonosítottuk. Ezek az alábbiak előfordulás szerint csökkenő sorrendben: *Környezettudatosság*, *Gazdasági megfontolás*, *Biztonság*. Táblázatban jelöltük az azonosított tényezők előfordulási arányát az általunk megvizsgált kutatásokban, illetve a hozzájuk kapcsolódó további megfigyeléseket is. A *Környezettudatosság* csoport esetében 5 tényezőt azonosítottunk első körben, illetve az egyes tényezőknél további bontásokra volt szükség megfelelő csoportosítás érdekében. A *Gazdasági megfontolás* esetében is hasonlóképpen jártunk el, 5 tényezőt jelöltünk előfordulási arányuk alapján. A *Biztonság* csoport esetében pedig 3 főtenyező mellett további 4 altényezőt azonosítottunk. Az egyes altényezők egymással is kapcsolatban állhatnak (1. ábra).

4.2. Környezettudatosság

Kutatómunkák alapján a közösségi megosztás használatára a környezettudatosság, mint mérlegelési és befolyásolási szempont gyakorol a legnagyobb hatást. Az általunk vizsgált 43 publikációból 37 műben szerepelt valamilyen formában a környezettudatosság, mint döntési szempont, amely 86%-os előfordulási arányt jelent, és ezzel az összes vizsgált jellemző közül a legmagasabb.

A környezettudatosság egyre jelentősebb szempont az életünkben, amely a mindennapi tevékenységeinket is befolyásolhatja, beleértve a közlekedést is. A közösségi megosztást igénybe vevő felhasználók körében különösen nagy hangsúlyt kap a környezetvédelmi szemlélet. Az ilyen szolgáltatások lehetővé teszik, hogy többen osszák meg ugyanazt a

járművet, ezzel csökkentve az egy főre eső erőforrásigényt és károsanyag-kibocsátást (JUNG et al., 2018).

A közösségi megosztás használatával lehetőség nyílik a pazarlás csökkentésére, az erőforrások minimalizálására és a közlekedés egyszerűsítésére is. A kevesebb használatba vett eszköz révén csökkenthető az egy főre eső erőforrásigény és károsanyag-kibocsátás, illetve a parkolási problémák és a dugók mértéke, ami az egész közlekedési rendszer hatékonyabbá tételéhez vezethet, és így az erőforrások hatékonyabb kihasználásához és a környezetterhelés csökkentéséhez is hozzájárulhat (FRENKEN et al., 2017).

A klímaváltozás okozta következményektől való pszichés reakcióként értelmezhető klímászorongás jelensége, amely a XXI. században drasztikusan növekedett a fejlett országok fiatal generációi között (WU et al., 2020). A közösségi megosztás alkalmazása enyhítheti a klímászorongás mértékét, hiszen a fenntartható közlekedési rendszerek támogatása és elősegítése hozzájárul a klímaváltozás elleni küzdelemhez, illetve erősíti azokat a zöld értékeket, amelyeket a fiatal generációk fogyasztást befolyásoló tényezőként érzékelnek (WANG et al., 2021). LURIE (2009) szerint ezek a zöld értékek nem feltétlenül kell, hogy kézzelfogható haszonnal kecsegtessenek a fogyasztók számára, csupán azt a fontos célt szolgálják, hogy a fogyasztók a környezetért tett – valós vagy vélt – cselekedet okán jobban érzik magukat. Ez a jelenség pedig egyrészt kapcsolatban van a korábban kifejtett klíma frusztráció enyhítésével, másrészt választ ad a szociális megfelelés jelenségére is, miszerint a fogyasztó hajlamosabb a hozzá hasonló referenciacsoporttal való azonosulásra, akik a megfelelő cselekedeteket visszacsatolással jutalmazták (TURNER, 1990).

Mindezekből következik, hogy a közösségi közlekedési eszközök használatában is fontos szerepet játszik a szociális visszacsatolás. SCHMITT-BECK (2015) szerint az emberek nagyobb valószínűséggel követik a környezetükben tapasztalt cselekedeteket, amelyek a bandwagon (csordaszellem) hatással magyarázhatóak. Az egyén a hasonló társadalmi osztálybeliekkel való azonosulásra törekszik, amely a szubkultúra kialakulásának alapját is jelenti. Azonosulásuk biztonságérzetet ad, és kielégíti a társas szükségletüket (SCHMITT-BECK, 2015).

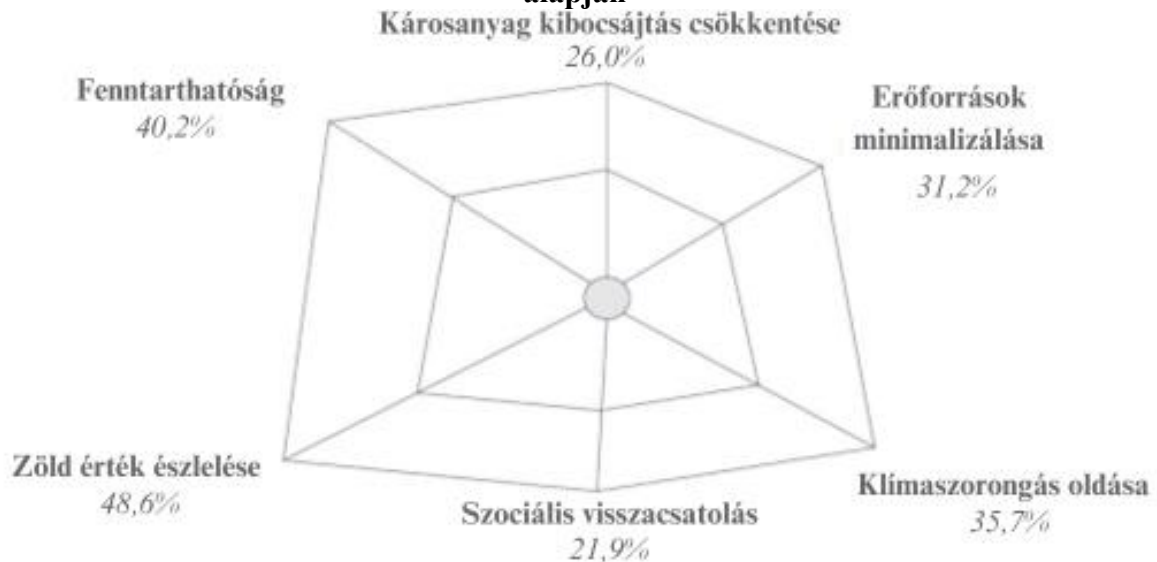
A klímászorongás jelensége kifejezetten magas a fiatalabb generációk körében, amely kapcsolatban állhat a megosztáson alapuló eszközök használóinak demográfiai megoszlásával is, hiszen a technológia használata MEELLEN et al., (2017) szerint magasabb a fiatalabb generációk körében. ZIJLSTRA és munkatársai (2020) azt vizsgálták, hogy a hollandiai fiatalok mobilitási szokásai a szocializációs jellemzőkből fakadóan milyen eltéréseket mutatnak más korosztályokhoz képest. A fiatalabb generációk magasabb arányban fogadják el az új technológiákat, például a közösségi megosztáson alapuló közlekedési lehetőségeket is, amelyek még a Levitt (1965) által meghatározott technológiai elfogadás korai életciklusában vannak. Az early adoptereknek nevezett korai elfogadók a technológia elterjedésének kezdeti szakaszában is magas bevonódásra képesek (LEVITT, 1965). A közösségi megosztáson alapuló közlekedési opciók használata nem csak társadalmi értelemben fontos, hanem az egészségügyi és pszichoszociális szempontok szempontjából is előnyöket kínálhat (NGUYEN-PHUOC et al., 2022; RODRÍGUEZ-RAD et al., 2023).

OTERO et al., (2018) kutatásukban azt vizsgálták, hogy a kerékpármegosztó rendszer milyen környezeti és egészségügyi hatással bír a fogyasztók percepciójára, és rámutattak arra, hogy az egészségtudatosság szerepe kiemelkedő az ilyen típusú közlekedési megoldások használatában. Az olyan közösségi megosztáson alapuló szolgáltatások, ahol a fogyasztó a közlekedés során nagyobb fizikális erőfeszítésre van kényszerülve ld. kerékpár, roller, az eszközök nem csak azt teszik lehetővé, hogy a fogyasztók enyhítsék klímászorongásukat és vagy megfeleljenek a saját referenciacsoportjuk elvárásának, hanem azt is, hogy csökkentsék a dugók és az autós közlekedés okozta stresszt és frusztrációt.

A *Környezettudatosság* tehát az egyik legnagyobb befolyással rendelkező tényező, amely a szolgáltatást használókat körbeveszi. A technológiai elfogadást befolyásoló jellemzők arányát a *Környezettudatosság* tükrében a MAYR-féle (1877) pókhálómodellel szemléltettük (2. ábra).

2. ábra

Pókhálómodell a közösségi megosztáson alapuló technológiák elfogadását befolyásoló tényezők arányát mutatja be a *Környezettudatosság* tükrében - a vizsgált publikációk alapján



Forrás: saját szerkesztés (MAYR, 1877) alapján

A fenti ábrázolás segítségével a MAYR-féle (1877) pókhálómodellel alkalmazva szemléltetjük a *Környezettudatosság* tükrében azonosított tényezők arányát az általunk vizsgált kutatásokban. Megfigyelhető, hogy a legnagyobb arányban a zöld érték észlelése (48,6%) volt megtalálható és a fenntarthatóság jellemzője is hasonlóan magas (40,2%-ban szerepelt) a vizsgált cikkekben. Ezeket követi sorrendben a szolgáltatás klímaszorongáshoz kapcsolódó enyhítő hatása (35,7%), a közlekedési erőforrások minimalizálásának jellemzője (31,2%), a károsanyag kibocsájtás csökkentése a közösségi közlekedési eszközök igénybevételével (26%) és a szociális visszacsatolás jelentősége (21,9%) (2. ábra).

4.3. Gazdasági megfontolás

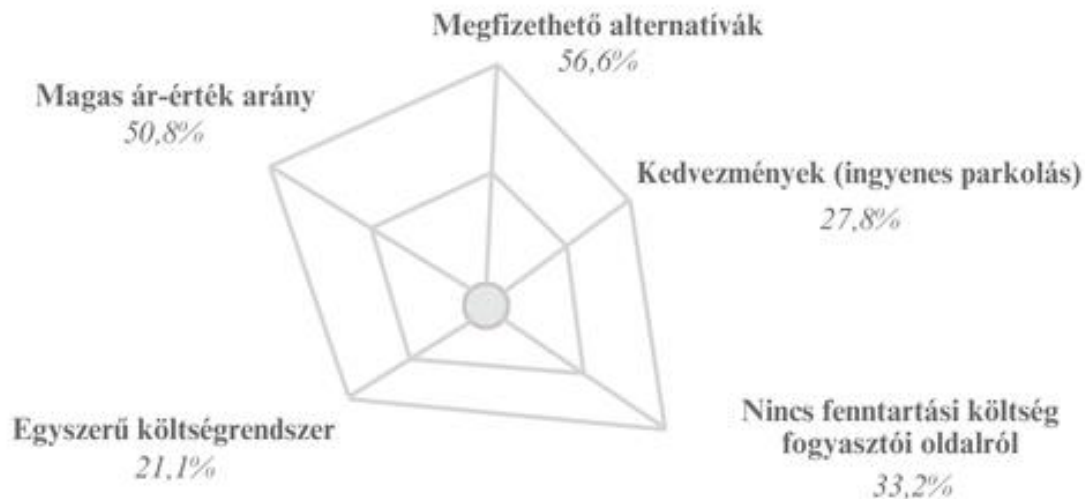
RABBITT és GHOSH (2013) tanulmányában a technológiai elfogadás kapcsán vizsgálták az ír felhasználók autómegosztással kapcsolatos hajlandóságát különböző scenáriók mentén, köztük a pénzügyi tényezőt is figyelembe véve. A szerzők kiemelték, hogy a megosztáson alapuló szolgáltatások magas ár-érték aránya fontos szempont, valamint az, hogy a közösségi megosztáson alapuló eszközök funkcionálisan (például gyors eljutás városi pontok között) az egyik legjobb ár-érték arányú alternatívák lehetnek a hagyományos közlekedési módokkal szemben. Emellett az ingyenes parkolás és a fenntartási költségek hiánya is vonzóbbá teszi a közösségi megosztást az egyéni autótulajdonlással szemben. A felhasználók számára fontos az elérhető, megfizethető alternatívák megléte, amelyek segítségével költséghatékonyan közlekedhetnek, anélkül, hogy saját járművet vásárolnának (RABBITT – GHOSH, 2013).

A megosztáson alapuló szolgáltatások árazásának kérdése kiszámíthatóságot eredményezhet a saját közlekedési eszközökkel szemben. ACHEAMPONG és SIIBA (2020) strukturális egyenletmodellel segítségével vizsgálta bizonyos afrikai országok lakosainak

autómegosztással kapcsolatos attitűdjét. A felhasználók csak a használatért fizetnek egy összetett díjat, amelynek pontos összegét előre nem ismerik, de biztosak lehetnek abban, hogy mentesülnek a váratlan és nehezen előre látható költségektől, például a karbantartási és szervizköltségektől (CHEN-LU, 2016).

3. ábra

Pókhálómodell a közösségi megosztáson alapuló technológiák elfogadását befolyásoló tényezők arányát mutatja be a Gazdasági megfontolás tükrében - a vizsgált publikációk alapján



Forrás: saját szerkesztés (MAYR, 1877) alapján

A *Gazdasági megfontolások* tükrében is a MAYR-féle (1877) pókhálómodellel szemléltetjük a közösségi megosztáson alapuló technológiák elfogadását befolyásoló tényezők arányát (3. ábra). Legnagyobb arányban a szolgáltatás megfizethető közlekedési alternatívaként való azonosítása (56,6%) és a magas ár-érték arány (50,8%) szerepelt a vizsgált cikkekben. Ezt követően közel azonos arányban következik a fenntartási költség hiányának előnye a fogyasztói oldalon (33,2%), majd a szolgáltatáshoz kapcsolódó kedvezmények lehetősége – kifejezetten az ingyenes parkolás - (27,8%) és végül a szolgáltatás egyszerű költségrendszerének jellemzője (21,1%).

4.4. Biztonság

A közösségi megosztást használó felhasználók számára a szolgáltatás megbízhatósága és standard működése szintén fontos tényező. Az applikációk és az algoritmusok, valamint az ügyfélszolgálati központok biztosítják a szolgáltatás megbízhatóságát (STANDING et al., 2019). Továbbá a felhasználói adatok védelme és a fogyasztói biztonságérzet fontos szerepet játszik a fogyasztói attitűd formálásában, annak ellenére, hogy a szakirodalom csak kevés helyen említi ezt a tényezőt. ZHENG és munkatársai (2015) tanulmánya rámutat arra, hogy a fogyasztók kockázati tényezőként kezelik a bankkártya adataik átadását, különösen azért, mert a terheléses rendszer automatikusan csoportos beszédés formájában működik, amelyben a fogyasztók nem tudják folyamatosan ellenőrizni a tranzakciókat.

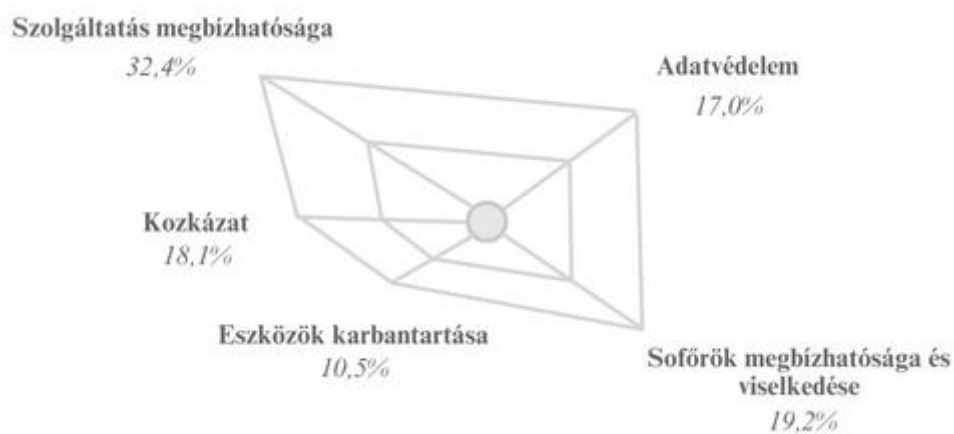
A járművek karbantartása is kiemelten fontos szerepet játszik a közösségi megosztást használó felhasználók számára, mivel az igénybe vett járműveknek biztonságosnak és rendeltetészerű használatra alkalmasnak kell lenniük. A karbantartás fontossága abból is

adódik, hogy a fizikai biztonságérzet éppen úgy hatással lehet az észlelt minőségre, mint a szoftveres rendszerek vagy az azt kiszolgáló ügyfélszolgálat minősége (CHAUDHRY, 2018).

A közösségi megosztást használó felhasználók számára a szolgáltatással kapcsolatos információ részben korlátozott, részben pedig csak jelentős energiabefektetéssel érhető el, éppen ezért a szolgáltatás komplexitása befolyásolja a fogyasztók bizonytalanságérzetét. SCHWIETERMAN és munkatársai (2017) bemutatják, hogy az autómegosztó szolgáltatások díjrendszere számos tényezőre kiterjedhet, például időarányos, eszközfeloldási és rendszerhasználati költségeket is tartalmazhat. Ennek fényében a szolgáltatók igyekeznek a lehető legátláthatóbb szolgáltatási koncepciót kialakítani a felhasználók számára. Standing és munkatársai (2020) szerint a szolgáltatóknak biztosítaniuk kell a szolgáltatás megbízhatóságát és a minőségi szabványok betartását, mind a fizikai termék, mind az azt kiszolgáló szoftver esetében (WANG et al., 2020).

4. ábra

Pókhálómodell a közösségi megosztáson alapuló technológiák elfogadását befolyásoló tényezők arányát mutatja be a Biztonság tükrében - a vizsgált publikációk alapján



Forrás: saját szerkesztés (MAYR, 1877) alapján

A *Biztonság*, mint a közösségi megosztáson alapuló technológiák elfogadását befolyásoló tényező jellemzőit is a MAYR-féle (1877) pókhálómodellel szemléltettük (4. ábra). A biztonság tükrében a leggyakrabban azonosított tényező a szolgáltatás megbízhatósága (32,4%). Ennél jelentősen kisebb mértékben az emberi tényező, vagyis a sofőrök megbízhatóságát és viselkedését (19,2%) a különböző kockázatok jelenségét (18,1%), mint a szolgáltatás komplexitása, árazásból fakadó kockázatok és intézményi kockázatok azonosítottuk, valamint a szolgáltatást használók adatainak védelmét (17%) – kifejezetten a szenzitív személyes és fizetési tranzakciókhoz szükséges adatokra. Legkisebb arányban pedig az eszközök karbantartása szerepelt (10,5%) a vizsgált tanulmányokban.

5. Következtetések és javaslatok

A környezettudatosság kulcsfontosságú szerepet játszik a fogyasztói attitűdben a közösségi közlekedés választása esetén. A közösségi megosztáson alapuló közlekedési formák lehetővé teszik a fogyasztók számára, hogy csökkentsék káros környezeti hatásukat és hozzájáruljanak a fenntartható fejlődéshez.

Azonban további kutatásra van szükség annak érdekében, hogy még átfogóbb képet kapjunk a közösségi megosztáson alapuló közlekedés fogyasztói elfogadási modelljéről. Kvalitatív kutatási módszerek, mint például mélyinterjúk vagy fókuszcsoporthoz tartozó interjúk

segíthetnek a motivációk és attitűdök megértésében. Ezt követheti nagymintás kérdőíves kvantitatív kutatás, amely hozzájárulhat a Technológia elfogadási modelljének (TAM) kiegészítéséhez.

Fontos figyelembe venni, hogy a kutatás limitációi közé tartozik a közösségi megosztáson alapuló közlekedés centralizáltsága, hiszen a szolgáltatás jellemzően csak a nagyobb városokban érhető el. Ezért az eredmények nem feltétlenül általánosíthatók más területekre. Emellett a megkérdezettek szegmentálása fontos lehet, hogy figyelembe vegyünk az új és tapasztalt felhasználók közötti különbségeket. A további kutatás és a generációk bevonása segíthet mélyebb megértést nyerni a közösségi megosztáson alapuló közlekedés elfogadásáról, valamint elősegítheti a fenntartható közlekedést és a környezeti terhelés csökkentését. Forrásaink nagyrésze nemzetközi források, amelyekkel által szeretnénk volna egy átfogó képet kapni a nemzetközi közösségi megosztáson alapuló közlekedés fogyasztói elfogadása kapcsán. Kutatásunkban feltártuk, hogy a nemzetközi közösség hogyan viszonyul ehhez a jelenséghez, és milyen tapasztalatokkal rendelkeznek ezen a területen. Emellett további kutatást szeretnénk végezni a közösségi közlekedés magyarországi helyzetről is, hogy reprezentatív nemzetközi kutatások elemzésének birtokában érdemi következtetéseket és összefüggéseket tárhassunk fel a Magyarországon tapasztalható jellemzőkkel.

Irodalomjegyzék

- Acheampong, R. A. – Siiba, A. (2020): Modelling the determinants of car-sharing adoption intentions among young adults: the role of attitude, perceived benefits, travel expectations and socio-demographic factors. *Transportation*. 47 (5) 2557-2580. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11116-019-10029-3>
- Amundrud, Ø. – Aven T. – Flage R. (2017): How the definition of security risk can be made compatible with safety definitions. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part O. Journal of Risk and Reliability*. 231 (3) 286-294. <https://doi.org/10.1177/1748006X17699145>
- Arcidiacono, D. – Duggan, M. (2020): Sharing Mobilities. Questioning our right. <https://doi.org/10.4324/9780429201288>
- Blynova, O. – Holovkova, L. – Sheviakov, O. (2018): Philosophical and sociocultural dimension of personality psychological security. *Anthropological Measurements of Philosophical Research*. 14, 73-83. <https://doi.org/10.15802/ampr.v0i14.150750>
- Boutueil, V. (2018): New mobility services. In: Aguilera, A. – Boutueil, V.: *Urban Mobility and the Smartphone: Transportation, Travel Behavior and Public Policy*. 39-78. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-812647-9.00002-0>
- Böcker, L. – Meelen, T. (2017): Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. Elsevier. 23, 28-39. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>
- Cain, P. M. (2022): Modelling short-and long-term marketing effects in the consumer purchase journey. *International Journal of Research in Marketing*. 39 (1) 96-116. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.06.006>
- Cameran, M. – Moizer, P. – Pettinicchio, A. (2010): Customer satisfaction, corporate image, and service quality in professional services. *The service industries journal*. 30 (3) 421-435. <https://doi.org/10.1080/02642060802236111>
- Chaudhry, B. – El-Amine, S. – Shakshuki, E. (2018): Passenger safety in ride-sharing services. *Procedia computer science*. 130, 1044-1050. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.04.146>
- Chen, S. Y. – Lu, C. C. (2016): Exploring the relationships of green perceived value, the diffusion of innovations, and the technology acceptance model of green transportation.

- Transportation Journal. 55 (1) 51-77. DOI: <https://doi.org/10.5325/transportationj.55.1.0051>
- Cheng, L. – Mi, Z. – Coffman, D. M. – Meng, J. – Liu, D. – Chang, D. (2021): The role of bike sharing in promoting transport resilience. *Networks and spatial economics*. 1-19. <https://doi.org/10.1007/s11067-021-09518-9>
- Ching Biu Tse, A. (1999): Factors affecting consumer perceptions on product safety. *European journal of marketing*. 33 (9/10) 911-925. <https://doi.org/10.1108/03090569910285841>
- Clewlöw, R. R. (2016): Carsharing and sustainable travel behavior: Results from the San Francisco Bay Area. *Transport Policy*. 51, 158-164. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2016.01.013>
- Díaz-Martín, A. M. – Iglesias, V. – Vazquez, R. – Ruiz, A. V. (2000): The use of quality expectations to segment a service market. *Journal of Services Marketing*. 14 (2) 132-146. <https://doi.org/10.1108/08876040010320957>
- Edmondson, A. C. – Lei Z. (2014): Psychological Safety: The History, Renaissance, and Future of an Interpersonal Construct. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*. 1 (1) 23-43. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091305>
- Fenyvesi É. – Vágány J. (2020): A rejtett gazdaság néhány területének szisztematikus szakirodalmi áttekintése. *Közgazdasági szemle*. 67 (5) 512–532. <https://doi.org/10.18414/KSZ.2020.5.512>
- Frenken, K. – Schor, J. (2017): Putting the sharing economy into perspective. In: *A research agenda for sustainable consumption governance* 121-135. Edward Elgar Publishing. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781788117814.00017>
- Frenzel, J. E. – Crawford, A. – Fredrickson, M. E. – Duale, K. – Vadlapatla, R. (2023): Economic Considerations and Cost-Saving Strategies for Sterile Compounding Education. *American Journal of Pharmaceutical Education*. 100116. <https://doi.org/10.1016/j.ajpe.2023.100116>
- Gareis, R. – Huemann, M. (2007): Maturity Models for the Project-Oriented Company. In: Turner, J. R. (ed.): *Handbook of Project Management*. Aldershot, Gower.
- Hofmann, W. – Gschwendner, T. – Nosek, B. A. – Schmitt, M. (2005): What moderates implicit – explicit consistency? *European review of social psychology*. 16 (1) 335-390. DOI: <https://doi.org/10.1080/10463280500443228>
- Jung, J. – Koo, Y. (2018): Analyzing the Effects of Car Sharing Services on the Reduction of Greenhouse Gas (GHG) Emissions. *Sustainability*. 10, 539. DOI: <https://doi.org/10.3390/su10020539>
- Levitt, T. (1965): *Exploit the product life cycle*. 43. Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- Liu, Y. (2007): The long-term impact of loyalty programs on consumer purchase behavior and loyalty. *Journal of marketing*. 71 (4), 19-35. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.4.019>
- Liu, Z. L. – Anderson, T. D. – Cruz, J. M. (2012): Consumer environmental awareness and competition in two-stage supply chains. *European Journal of Operational Research*. 218 (3) 602-613. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2011.11.027>
- Lurie, B. (2009): *How to Align Customer Value With Green Value, Sustainable Business Practices*. Harvard Business Review.
- Mack, C. (2016): How to Write a Good Scientific Paper: Review Articles. *Journal of Micro/Nanolithography, MEMS, and MOEMS*. 15 (2) 020101. <https://doi.org/10.1117/1.JMM.15.2.020101>
- Martin, E. W. – Shaheen, S. A. (2011): Greenhouse gas emission impacts of carsharing in North America. *IEEE Transactions on intelligent transportation systems*. 12 (4) 1074-1086. <https://doi.org/10.1109/TITS.2011.2158539>

- Mayr, G. (1877): Die Gesetzmässigkeit im Gesellschaftsleben statistische Studien. R. Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783486724653>
- McFadden, D. (2001): Economic choices. *American economic review*. 91 (3) 351-378. <https://doi.org/10.1257/aer.91.3.351>
- Nguyen-Phuoc, D. Q. – Su, D. N. – Nguyen, M. H. – Vo, N. S. – Oviedo-Trespalacios, O. (2022): Factors influencing intention to use on-demand shared ride-hailing services in Vietnam: risk, cost or sustainability? *Journal of Transport Geography*. 99, 103302. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2022.103302>
- Noll, B. (2017): Car Sharing and Urban Mobility in Malmö and San Francisco: A Niche Dynamic Perspective. IIIIEE Theses.
- Otero, I. – Nieuwenhuijsen, M. J. – Rojas-Rueda, D. (2018): Health impacts of bike sharing systems in Europe. *Environment international*, 115, 387-394. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.envint.2018.04.014>
- Rabbitt, N. – Ghosh, B. (2013): A study of feasibility and potential benefits of organised car sharing in Ireland. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 25, 49-58. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.trd.2013.07.004>
- Rodríguez-Rad, C. J. – Revilla-Camacho, M. Á. – Sánchez-del-Río-Vázquez, M. E. (2023): Exploring the Intention to Adopt Sustainable Mobility Modes of Transport among Young University Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 20 (4), 3196. DOI: <https://doi.org/10.3390/IJERPH20043196>
- Rowley, J. – Slack, F. (2004): Conducting a literature review. *Management Research News*. 27 (6) 31–39. <https://doi.org/10.1108/01409170410784185>
- Schmitt-Beck, R. (2015): Bandwagon Effect. In *The International Encyclopedia of Political Communication*, G. Mazzoleni (ed.). DOI: <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc015>
- Schwieterman, J. P. – Bieszcza, A. (2017): The cost to carshare: A review of the changing prices and taxation levels for carsharing in the United States 2011–2016. *Transport Policy*. 57, 1-9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2017.03.017>
- Sinha, I. – Smith, M. F. (2000): Consumers' perceptions of promotional framing of price. *Psychology & Marketing*. 17 (3) 257-275. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(200003\)17:3<257::AID-MAR4>3.0.CO;2-P](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(200003)17:3<257::AID-MAR4>3.0.CO;2-P)
- Standing, C. – Standing, S. – Biermann, S. (2019): The implications of the sharing economy for transport. *Transport Reviews*. 39 (2) 226-242. DOI: <https://doi.org/10.1080/01441647.2018.1450307>
- Sundararajan, A. (2017): *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT press.
- Tan, B. (2002): Understanding consumer ethical decision making with respect to purchase of pirated software. *Journal of consumer marketing*. 19 (2) 96-111. <https://doi.org/10.1108/07363760210420531>
- Turner, R. (1990): *Reference Groups and Social Evaluations*. Social Psychology. Routledge.
- Vaskelainen, T. (2018): *The emergence of the sharing economy industry: insights from the German carsharing industry*. JYU dissertations, (1).
- Venkatesh, V. – Morris, M. G. – Davis, G. B. – Davis, F. D. (2003): User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*. 27 (3) 425-478. DOI: <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, J. – Long, R. – Chen, H. – Li, Q. (2019): Measuring the Psychological Security of Urban Residents: Construction and Validation of a New Scale. *Frontiers in Psychology*. 10, 2423. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02423>

- Wang, Y. – Douglas, M. – Hazen, B. (2021): Diffusion of public bicycle systems: Investigating influences of users' perceived risk and switching intention. *Transportation research part A: policy and practice*. 143, 1-13. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2020.11.002>
- Wang, Y. – Wang, S. – Wang, J. – Wei, J. – Wang, C. (2020): An empirical study of consumers' intention to use ride-sharing services: using an extended technology acceptance model. *Transportation*. 47, 397-415. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11116-018-9893-4>
- Webster, J. – Watson, R. T. (2002): Analyzing the Pats to Prepare for the Future: Writing a Literature Review. *MIS Quarterly*. 26 (2) 13-23.
- Wu, J. – Snell, G. – Samji, H. (2020): Climate anxiety in young people: a call to action. *The Lancet Planetary Health*. 4 (10), e435-e436. DOI: [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(20\)30223-0](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(20)30223-0)
- Zheng, X. – Chen, W. – Wang, P. – Shen, D. – Chen, S. – Wang, X. ... – Yang, L. (2015): Big data for social transportation. *IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems*. 17 (3) 620-630. DOI: <https://doi.org/10.1109/TITS.2015.2480157>
- Zijlstra, T. – Durand, A. – Hoogendoorn-Lanser, S. – Harms, L. (2020): Early adopters of Mobility-as-a-Service in the Netherlands. *Transport Policy*. 97, 197-209. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2020.07.019>.
- Zotova, O. – Karapetyan, L. (2018): Psychological security as the foundation of personal psychological wellbeing (analytical review). *Psychology of Russia: State of Art*. 11, 100-113. <https://doi.org/10.11621/pir.2018.0208>