

Smart Shopping Mobility

AJÁNLÁSOK A SMASHMOB CÉLKITŰZÉSEINEK HELYI ÉS REGIONÁLIS MEGVALÓSÍTÁSÁHOZ

Megrendelő: Nyugat-Pannon Terület-
és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató
Közhasznú Nonprofit Kft.

Elkészítő: Innopartner Tanácsadó,
Fejlesztő és Kutató Kft

Készítés éve: 2015

Tartalomjegyzék

AZ AJÁNLÁSOK HÁTTERE.....	3
1. HELYI AJÁNLÁSOK	5
1.1. A mozgóboltok által nyújtott szolgáltatások javítása	6
1.1.1. Definíció	6
1.1.2. Előkészítési fázis.....	7
1.1.3. Tervezési fázis	8
1.1.4. Megvalósítás.....	13
1.2. Falufutár.....	15
1.2.1. Definíció	15
1.2.2. Előkészítő fázis.....	17
1.2.3. Megvalósítás.....	25
1.3. A falubusz szolgáltatás, mint igény szerinti közlekedési mód	27
1.3.1. Definíció	27
1.3.2. Előkészítő fázis.....	31
1.3.3. Tervezési fázis	31
1.3.4. Példák.....	37
1.3.5. Megvalósítás.....	38
2. REGIONÁLIS AJÁNLÁSOK	41
2.1. Házhozszállítás	42
2.1.1. Definíció	42
2.1.2. Előkészítő fázis.....	46
2.1.3. Tervezési fázis	52
2.2. Turizmussal egybekötött nagybevásárlás.....	61
2.2.1. Definíció	61
2.2.2. Előkészítő fázis.....	62
2.2.3. Tervezési fázis	63
SZABÁLYOZÁSI ÉS INTÉZMÉNYI KÖRNYEZET MAGYARORSZÁGON	65
A határforgalomra vonatkozó szabályozás.....	65
Autóbusz-közlekedésre vonatkozó szabályozás.....	67
2.3. Telekocsi	72
2.3.1. Definíció	72
2.3.2. Előkészítő fázis.....	73
2.3.3. Tervezési fázis	75
2.4. A környezettudatos személygépkocsi-használat elősegítése a vásárlással kapcsolatos utazások esetében.....	79
2.4.1. Definíció	79
2.4.2. Előkészítő fázis.....	79
2.4.3. Tervezési fázis	81
Irodalomjegyzék.....	85
Kép, ábra, diagram és táblázatjegyzék	87

AZ AJÁNLÁSOK HÁTTERE

Korunk nagy problémája, hogy a belsőégésű motorok széleskörű elterjedése miatt a közlekedésből származó szennyezőanyagok és üvegházhatású gázok koncentrációja globális szinten kritikus mértéket öltött. Az immáron globálissá vált problémára sokféle, szintén globális léptékű megoldás lehetséges, melyeknek a csírái ugyan már megvannak, sőt el is kezdtek kibontakozni (elektromos- vagy más hajtóanyaggal üzemelő járművek), de még sok idő kell, amíg ezek elterjedt és kifinomult rendszerekké állnak össze.

Amíg azonban a globális szintű megoldások nem születnek meg és nem sikerül a gépjárművek erőforrását közvetve, vagy közvetlenül valamilyen megújuló energiaforrásra cserélnünk, el kell gondolkoznunk azon, hogy helyi szinten a kisebb közösségek hogyan tudják mérsékelni az erőforrások pazarlását és a környezet fölösleges terhelését. Így előtérbe kerülnek a takarékosabb, környezetkímélőbb közlekedési megoldások, melyek kisebb közösségek összefogásával helyi szinten adhatnak választ a problémákra. A gazdasági fejlettséggel együtt járó intenzív gépjárműhasználat - különösképpen azokban az esetekben, amikor egy járműben egy ember utazik - nem csak a környezetvédőket és a településfejlesztőket, hanem a közlekedésszervezőket is kihívások elé állítja. Jelen projekt keretében pont egy ilyen jelentős kihívással szembesültünk, mivel olyan földrajzi területen történt a vizsgálat, ahol az egy főre jutó gépjárműszám és használati arány átlagon felüli.

A „SMASHMOB – SMART SHOPPING MOBILITY IN THE AT-HU CROSS BORDER REGION” projekt az osztrák-magyar határ menti területek vásárlási-közlekedési szokásainak felmérését és környezetkímélőbb közlekedési megoldások kidolgozását célozza. A következőkben bemutatásra kerülő ajánlások előzményeként az osztrák-magyar határszakaszon 11 településen háztartási, valamint a határvidék hat nagyobb üzletközpontjában parkolóhelyi kérdőíves felmérés történt a vásárlási-közlekedési szokások feltérképezésére.

A háztartási felmérés tíz, többségében 500 fő alatti lakosságszámú aprófalvat és egy, mintegy 6000 fős várost (Jánossomorja) érintett. A felmért települések a Győr-Moson-Sopron megyei Jánossomorja kivételével Vas megyében fekszenek. A felmérés 2014. november 9. és december

19. között zajlott le, mely során a települések háztartásainak bevásárlási-közlekedési szokásai kerültek feltérképezésre, de a kérdések lefedték a földrajzi és időpontbeli meghatározásokat, valamint a válaszadó társadalmi és gazdasági helyzetét is.¹

A parkolóhelyi kikérdezés Magyarországon Mosonmagyaróvár, Szombathely és Zalaegerszeg, míg Ausztriában Parndorf és Oberwart települések bevásárlóközpontjainak a parkolójában történt 2014. december 12. és 2015. január 6. között. A magyarországi bevásárlóközpontoknál osztrák, míg az ausztriaiaknál a magyar vásárlókat kérdezték meg a felmérést végző személyek.²

A kikérdezésekre kapott válaszok alapján sikerült beazonosítani a jelenleg felmerülő vásárlói igényeket és az azok kielégítéséhez kapcsolódó közlekedési szokásokat. Ezen válaszoknak, valamint a helyi gazdasági lehetőségeknek és a szociális berendezkedésnek a figyelembevételével - máshol esetleg már működő vagy akár teljesen új koncepciók alapján - kidolgozásra kerültek az ajánlások a közlekedési problémák megoldására. Az ajánlásokat az igényeknek megfelelően helyi, illetve regionális szintre bontva készítettük el. Erre a bontásra azért is volt szükség, mert a bevásárlásokat is eleve két kategóriába soroltuk: kis- és nagybevásárlásokra. Az eredmények alapján pedig az látszott egyértelműen, hogy az emberek a kisbevásárlásaikat a hozzájuk eső lehető legközelebbi arra alkalmas, helyi üzletben végzik el, míg nagybevásárlásaikhoz távolabbi célpontokat is felkutatnak. Így tehát a helyi ajánlások elsősorban a kisbevásárlások megvalósítását biztosító mobilitást, míg a regionális ajánlások a nagybevásárlásokhoz kapcsolódó utazások lebonyolítását célozzák. Ugyanakkor meg kell említeni azt is, hogy az ajánlások nem kizárólag egyik vagy másik kategóriában alkalmazhatók, hanem az egyes kategóriák között lehetnek átfedések, illetve az egyes kategóriák átjárhatók. Lesz olyan ajánlás, amelyet elsősorban helyi célra dolgoztunk ki, de regionális felhasználása is lehetséges, ha a feltételek adottak, illetve fordítva.

¹ Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 1.2 A felmérés módszertana

² Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 1.1 A felmérés helyszínének bemutatása

1. HELYI AJÁNLÁSOK

A helyi ajánlások elsősorban a kisbevásárlások kapcsán keletkező közlekedési igények környezettudatos kielégítését célozzák. A háztartási kikérdezések alapján a felmért háztartások több mint 40%-ban mindenáron személygépkocsival intézik a kisbevásárlást, akármilyenek is a körülmények.

Miután a kisbevásárlások jellemzően napi szinten, az aktív korúak esetében az ingázáshoz kapcsolódóan történik, a fejezet első részében áttekintünk néhány európai példát, szabályozási és aktív ösztönzőket, melyek az ingázó közlekedés fenntartható közlekedési módok irányába történő terelése témájában jelenleg működnek. Röviden áttekintjük és a téma szempontjából értékeljük a hatályos osztrák és magyar szabályozást is, mivel az ingázó közlekedési szokások megváltoztatása a bevásárló közlekedésben használt eszközök és azok környezeti hatása szempontjából is kulcsfontosságú. Ezekre vonatkozó javaslatok, ajánlások kidolgozása ugyanakkor nem fért bele jelen munka kereteibe, hiszen jellemzően nemzeti hatáskörbe tartozó szabályozásokról van szó.

A fejezet második részében konkrét helyi ajánlásokat teszünk, a jelenleg ismert bevásárlással kapcsolatos közlekedési szokások, infrastruktúra és szabályozási környezet figyelembevételével. A SmashMob projekt keretében végzett felmérések szerint a helyi kerékpározást a kisboltig 67% tudja elképzelni, mint élete részét a kisbevásárlások során abban az esetben, ha a bolt elég közel van és van odavezető, biztonságos kerékpárút. Gyakorlatilag a kisbevásárlási igényeit a megkérdezett emberek többsége lakóhelyéhez közel szeretné elintézni, amihez azonban megfelelő infrastruktúrát igényel:

- Egyrészt szükség van arra, hogy az igény szerinti termékek helyben rendelkezésre álljanak,
- másrészt pedig arra, hogy a helyi ellátó egységig eljussanak a vevők, vagy akár fordítva: a termékek jussanak el a vevőkhöz és mindez lehetőleg környezetkímélő módon történjen.

Ahhoz, hogy a kisbevásárlásoknál igényelt termékek helyben rendelkezésre álljanak a mozgóboltok szolgáltatásának javítására tettünk ajánlásokat. A helyben rendelkezésre álló termékekhez történő eljutásban a Falubuszos koncepció segíthet a járművek ilyen irányú

felhasználásával. A termékeknek a vásárlókhoz történő eljuttatását pedig a Falufutár láthatná el, mely ajánlásokat a továbbiakban részletesen is bemutatunk.

1.1. A mozgóboltok által nyújtott szolgáltatások javítása

1.1.1. Definíció

Kisbevásárlás – kisebb bevásárlás: olyan napi árucikkek beszerzése, amelyek 1-2 napra szólnak és beleférnek egy normál bevásárló táskába.³

Mozgóbolt – önjáró vagy gépjárművel vontatott árusító hely, amely megfelel egy üzlet feltételeinek. Nem tévesztendő össze a mozgóárusítás fogalmával.

Mozgóárusítás – a kereskedő olyan eszköz segítségével viszi magával az eladásra kínált árut, amely önmagában nem minősül üzlethelyiségnek (pl. dinnyeárus, fagyaltos kocsi).



1. kép: Jellegzetes termékárusításra átalakított jármű, mozgóbolt (forrás: [1])

Főbb jellemzők

- A kisbevásárlásokat kielégíti helyi szinten, házhoz megy: kényelmes, mindenki számára elérhető, de csak az adott időpontokban,
- megkötések nélkül a megfelelő eszközzel végezhető,
- gazdasági, társadalmi és környezetvédelmi célkitűzéseknek is megfelel.

Célközönség

- Elsősorban azok, akik az értékesítés időtartama alatt otthonukban tartózkodnak (nyugdíjasok, álláskereső, betegek, szabadságon lévők stb.), legfőképpen a lakosság azon

³ Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.2 Közlekedési szokások kisbevásárlásoknál

8,8%-a, akik a kérdőíves kikérdezés alapján a vásárlási utazások során más segítségére/közreműködésére szorulnak,

- másodsorban a teljes helyi lakosság, azaz a felmért települések összesen mintegy 10.000 lakosa, akik ezáltal kevesebbet használnák majd gépjárműveiket,
- helyi és környéki termelők, akiknek ez a közvetlen értékesítési csatorna többletbevételt hozhat a közvetett megoldáshoz (termékek forgalmazása élelmiszerüzlet-láncok által) képest.

A mozgóboltok szerepe a bevásárlási mobilitásban

- A helyben felmerülő igények helyben kerülnek kielégítésre, ezáltal csökkenthető a szükségtelen környezetterhelés.
- Noha a járműnek el kell jutnia valamennyi felhasználóhoz, hatékonyan megtervezett útvonalak, körjáratok esetén az összes energiafelhasználás és károsanyag-kibocsátás alacsonyabb, mintha az egyének gépjárművel intéznék egyesével bevásárlásaikat.
- A helyi összetartozás és térségi-regionális gazdaság erősödhet.

1.1.2. Előkészítési fázis

Miért szeretnénk megvalósítani ezt az ajánlást?

Mert a háztól-házig szolgáltatással egyszerre elégíthetők ki a vásárlók szükségletei és kényelmi igényei. Az összehangolt kiszállítások pedig kisebb környezeti terhelést jelentenek. A felmérés eredményei azt mutatják, hogy sajtóterméket havi átlagban háromszor olyan gyakorisággal szereznek be a válaszadó helyi kisboltban, mint egy közeli nagyobb településen a szupermarketben. Ugyanez az arány pékáru és tejtermék esetében kétszeres a helyi pékségek és kisboltok javára, hús és hentesáru, valamint zöldség és gyümölcs esetében pedig másfélszeres. Amennyiben tehát mozgóárusnál vásárolják meg ezeket a termékeket az adott település lakói, elsősorban egy helyi utazás idő- és költségigénye takarítható meg.

Milyen célokat szolgál?

A megvalósítás elsősorban a kisbevásárlások kapcsán keletkező környezetterhelést hivatott mérsékelni a jelenleg széles körben elterjedt, intenzív gépjárműhasználat csökkentésével.

Milyen mértékű részvétel mellett érdemes megvalósítani?

A megvalósítás alsó határa az a vásárlótömeg, amelyet egy településen, egy helyszínen a mozgóárusnak megéri kiszolgálni. Ez a szám jelentős határok között mozoghat, de a minimális befektetési igény miatt már településenként tucatnyi rendszeres vásárló is elegendő lehet, ami a 10 felmért település esetében 120 fő jelent. Az árusítás megkezdése után felmérhető lesz a kereslet, ami segít meghatározni, hogy a szolgáltatást milyen heti/havi rendszerességgel érdemes nyújtani.

Ki a felelős végrehajtó?

A mozgóboltos szolgáltatás megszervezése és üzemeltetése az adott termelő-feldolgozó-értékesítő cég lehetősége. Felgyorsíthatja a szolgáltatás térnyerését, ha valamilyen szervezet összefogja, támogatja és szervezi a szükséges megalapozó és kísérő tevékenységeket (marketing, helyszín- és vásárlószervezés, igényfelmérések...).

Hogyan hajtjuk végre?

Amennyiben egy településen üzlethelyiséggel és az erre vonatkozó engedéllyel rendelkezik egy kereskedő, az árusítás helye szerinti illetékes jegyző engedélyezheti a mozgóárusítás megkezdését. Több településre kiterjedő szolgáltatás esetében a működési engedélyt a kereskedő a székhelye szerinti illetékes jegyző részére benyújtott kérelemmel igényelheti, melyhez a működési terület összes településének jegyzőjétől származó hozzájáruló engedélyeket is csatolni kell. Élelmiszer, illetve vendéglátásból származó termékek árusítása esetén az ÁNTSZ engedélyét is szükséges beszerezni.

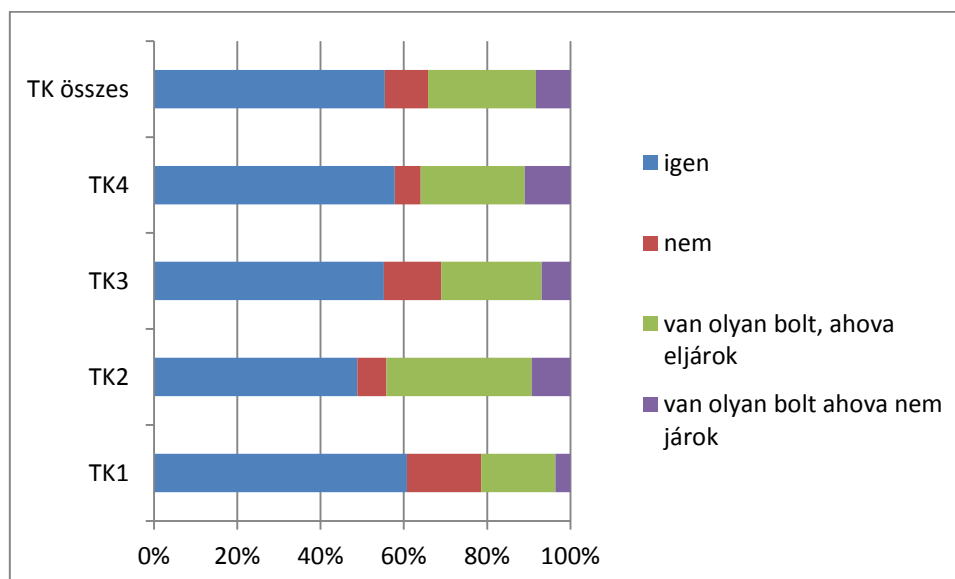
1.1.3. Tervezési fázis

A tervezési fázisnál meg kell vizsgálni a már működő mozgóbolt szolgáltatások összes jellemzőjét, és fel kell tárni a lehetséges további felhasználók igényeit. Minden érintett döntéshozót (polgármestert, képviselőtestületet, termelő-feldolgozó-értékesítő céget) be kell vonni a tervezés folyamatába.

A felmérések eredményei

A határ menti háztartások kikérdezéses felmérésében tapasztaltak alapján megállapítást nyert, hogy a vásárlások sokkal nagyobb arányban történének helyben, ha a megfelelő feltételek adottak lennének. A 10 településen megkérdezettek több, mint 50%-a igennel válaszolt arra kérdésre, hogy amennyiben a lakhelyén lenne a közelben egy olyan ellátó/bolt, ott vásárolna-e be (1. diagram). Emellett a válaszadók közel negyede már most is azon a településen végzi mindennapi kisbevásárlásait, ahol lakik. Az ő igényeiket elégítheti kis egy mozgóbolt, nagyban hozzájárulva a vásárlói mobilitás megváltozásához és a gépjárműhasználat csökkenéséhez, mivel a válaszadók többsége főként kényelmi szempontokkal indokolta a gépjárműhasználatot.⁴

⁴ Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.4 Általános vásárlási - közlekedési szokások - közeli boltok



1. diagram: Ha lakhelyén lenne a közelben megfelelő bolt, ott vásárolna be? (forrás: Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014)

A felhasználók elvárásai

A vásárlók elsősorban olyan termékeket vásárolnának a mozgóárústól, amelyhez más módon helyben nem tudnak hozzájutni. Vonzóvá teszi a szolgáltatást, ha (például élelmiszerek esetében) friss árut hoz és azt versenyképes áron árulja.

A célközönség meghatározása és bevonásának módja

Alapvetően nemcsak az aprófalvas települések lakossága lehet célközönség a mozgóboltok számára, hiszen már a nagyvárosok utcáin is egyre elterjedtebb, hogy a jégkrém árusító furgonokon (pl. Family Frost) kívül megjelennek a vidéki árukat (pl. feldolgozott tej-, ill. hústermékeket) értékesítő járművek is.

Míg a városokban az indukálja az elsődleges igényt, hogy a helyi szupermarketekhez képest sok esetben olcsóbb és jobb minőségű (pl. frissebb) árukat lehet beszerezni, addig az aprófalvakig haladva egyre inkább háttérbe szorul ez a kiegészítő funkció, és a helyettesítő funkció kerül túlsúlyba. A kistelepüléseken ugyanis egyre kevésbé éri meg fenntartani az élelmiszerüzleteket, így ezeken az ellátatlan településeken adott esetben a mozgóbolt fogja nyújtani az egyedüli lehetőséget a helyben történő bevásárlásra.

A célközönség tehát a kistelepülések összes lakosa, bevonásukat pedig a helyi médián, vagy szórólapokon, esetleg társadalmi fórumokon keresztül lehetne megvalósítani, ahol megfelelő tájékoztatás mellett felvilágosítást kapnának nemcsak a rendszer céljairól és bevezetésének az indokoltságáról, hanem annak működéséről is. Az árusítás megkezdését követően, az első két-három hónapban érdemes bevezető kedvezményeket kínálni a megfelelő nagyságú vevőkör kiépítése érdekében. A kedvezményt árendegedmény formájában lehet nyújtani, ami

meghatározott összeghatár felett vonatkozhat a vásárlás végösszegének bizonyos százalékára vagy amennyiben a vevő egy adott hónapban minden alkalommal a mozgó árustól vásárol, szintén jutalmazható százalékos árengedménnyel.

Stakeholderek meghatározása

A mozgóboltot üzemeltetőkön és helyi lakosságon kívül az önkormányzat, valamint a helyi kiskereskedők is érintettek a témában. A helyi kiskereskedőket a forgalomkülönböző mértékű visszaesése érintheti, ők tehát e szolgáltatás kiterjesztésében ellenérdekeltek lehetnek. Azok az önkormányzatok, ahol a termelő-értékesítő cég be van jelentve, ott az adóbevételek nőhetnek, azonban ahol csak az értékesítéssel foglalkozik a cég, legfeljebb napi közterület-használati díjat róhat fel az illetékes önkormányzat, melynek mértéke 2-3 ezer forint körül mozog 1 értékesítési napra vonatkozóan. A helyi lakosságot részben az ellátás javulása, részben pedig a szolgáltatással járó kellemetlen hatások (zajos szignállal jelzik érkezésüket) érinthetik.

A döntéshozók azonosítása

A szolgáltatás beindításáról és fenntartásáról a döntést a mozgóboltos vállalkozó hozza, ám ahhoz, hogy az érintett településeken megkezdhesse szolgáltatását, előbb be kell szereznie a szükséges engedélyeket, amelyek kiadása az önkormányzat hatáskörébe tartozik, illetve bizonyos esetekben (pl. romlandó áruk forgalmazásánál) egyéb engedélyek beszerzése is szükséges (pl. ÁNTSZ-től).

Üzleti modell

A termelő-értékesítő cég maga szervezi a körjáratokat, azt, hogy az adott településeket mely napokon és milyen sorrendben, valamint milyen időablakban tárják fel. A szolgáltatás alapfeltétele a kiszámíthatóság és megbízhatóság, ezért fontos, hogy egy olyan menetrend jöjjön létre, amelyet a mozgóboltos tud tartani, és így a lakosok mindig ugyanazokban a megadott időpontokban, időablakokban számíthassanak a mozgóbolt megjelenésére, hogy ők is ehhez igazodva alakíthassák ki napi, heti elfoglaltságukat. Noha az érintett települések többségén meglehetősen magas az idősek aránya, fontos piaci réteget jelentenek a munkavállalók is, akik napközben többnyire nincsenek otthon. Hogy az ő ellátásuk is javuljon, célszerű a lehető legtöbb települést a késő délutáni órákban, a dolgozók feltételezett hazajutását követően feltárni.

Az utóbbi években egyre népszerűbb értékesítési formává lépett elő a mozgóboltos modell, rendszerint előfordul, hogy a településeken több olyan értékesítő is megjelenik, melynek termékpalettája hasonló. Célszerű, hogy e vállalkozások egymással kommunikáljanak, együttműködjenek, a piacot egymás között időben felosztva, mert így a települések kiszolgálása és egyben a vállalkozások bevétele is egyenletesebbé válhat (pl. minden nap másik mozgóboltos szolgálja ki az adott települést a késő délutáni órákban).

Fix költségként kell számolni az árusításhoz használt kisteherautó amortizációjával, a fix szervizköltségekkel (pl. időnkénti műszaki vizsga), valamint az egyéb, éves szintű,

futásteljesítménytől független összegektől (pl. biztosítás, teljesítményadó). Egy átlagos kisméretű áruszállító üzemeltetési költsége az alábbi, már egyéb fix és változó költségeket is figyelembe vevő egyszerűsített képlettel becsülhető meg:

$$\text{megtett km} \times \left[\left(\frac{\text{átlány liter}}{100 \text{ km}} \times \text{üzemanyagár Ft/liter} \right) + 9 \text{ Ft} \right] = \text{szgk. költség} \quad [9]$$

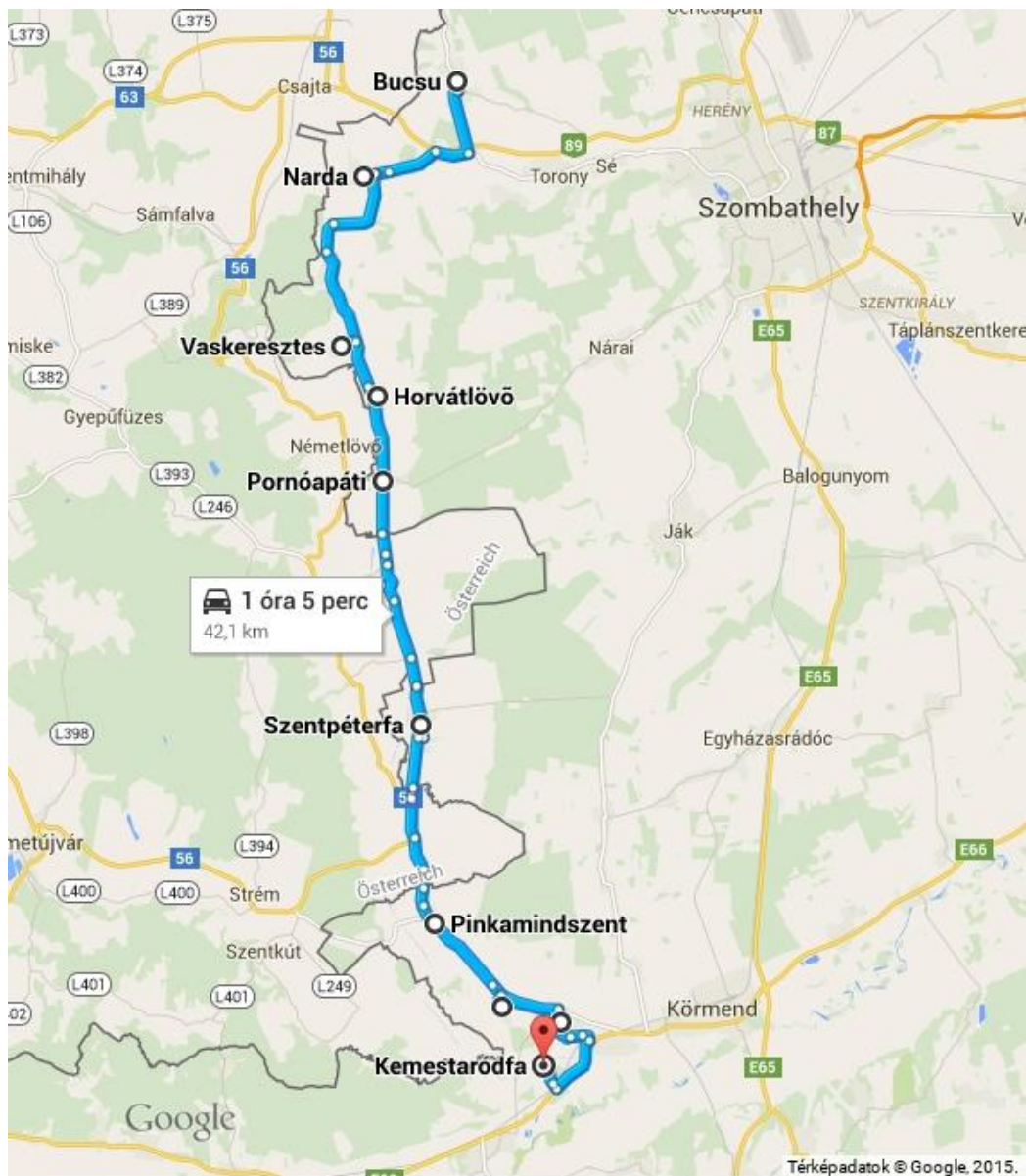
Ha a jelenlegi, 365 Ft körüli átlagos dízelárat vesszük alapul, és 2001-3000 cm³ közötti hengerűrtartalmú járművel számolunk (amelynek fogyasztási átalányértéke 7,6 l/100 km), akkor km-enként 36,74 Ft-os üzemeltetési díjat kapunk.

A megvalósulás lehetséges módja

Az útvonalnak és a menetrendnek kötöttnek kell lennie, és fontos, hogy a cégek is belássák, hogy ennek betartása az ő érdekük is, mert a helyi lakosok csak megbízható és pontos társaságtól fognak rendszeresen vásárolni.

Működési terület

Falvanként egy vagy több mozgóboltos vállalkozás, amely rendszerint az adott kistérségben működő termelő-értékesítő vállalat kötelékében áll. A 10 felmért települést egy 40-45 km-es úttal lehet érinteni a rövidebb, osztrák utakat választva.



1. ábra: A felmért települések egymástól számított távolsága (forrás: www.google.hu)

Működési időszak

Igény szerint, hétköznapokon napközben a munkavállalók érdekében lehetőleg a késő délutáni órákban is.

Eszközpark

- Kishaszongépjárművek

- Vizsgálandó a térség közútjainak infrastrukturális állapota, karbantartása, téli útviszonyai (megközelíthetőség havas időben stb.)

Humán erőforrás

A mozgóbolt-járművet olyan emberek vezethetik, akik megbízhatóak (a menetrendet jól tartják és biztonságosan közlekednek), kedvesek, segítőkészek. A körjáratokat elég egyszer jól megszervezni, mert ez esetben utána már csak kisebb módosításokra van szükség, tehát erre nem szükséges további alkalmazottat felvenni.

Díjszabás

A téma szempontjából inkább annak van jelentősége, hogy a mozgóboltok a helyi és a térségben működő boltokhoz, supermarketekhez képest milyen árban adják el termékeiket. Az eddigi tapasztalatok alapján hasonló, vagy némileg kedvezőbb árakat kínálnak a mozgóboltok, ezt a gyakorlatot érdemes fenntartani, hogy a helyi lakosok számára előnyös legyen a mozgóboltok használata, és így csökkenjen az autóval végzett bevásárlásaik száma.

Menetirányítás

Mivel a menetidőt és az útvonalat rögzíteni kell, nincs szükség külön menetirányításra, egyedül az a fontos, hogy a központ és a mozgóbolt sofőrje bármikor tudjon egymással kommunikálni mobiltelefonon, esetleges zavarhelyzetek esetén. Ha útlezárásról, balesetről stb. értesül a központ, lehetőleg azonnal tudja továbbítani az információt a sofőrnek, hogy szükség esetén útvonalat tudjon módosítani.

Marketing és információ

Szórólap, hirdetések a helyi médiában (pl. falutévé), továbbá lakossági fórum rendezése javasolt. A kisebb települések előnye ebből a szempontból, hogy egy jól működő rendszernek hamar híre lesz a faluban, így azokhoz is eljut az információ, akiket esetleg nem értek el a hirdetések.

Mivel egy ilyen termelő-értékesítő cég számos településére eljut, célszerű létrehozni egy internetes oldalt, ahol nyomon követhető valamennyi járat menetrendje. Leginkább egy olyan lekérdezős szolgáltatás létrehozása lenne praktikus, ahol az illető a helyzetétől függően (utcaszintű lebontásban) tud érdeklődni a mozgóbolt árusításának várható időpontjairól.

1.1.4. Megvalósítás

A rendszer működtetése a mozgóboltos vállalkozók feladata. Ide tartozik a járművek fenntartása, üzemeltetése (fix költségek: casco, biztosítás, műszaki vizsgák; változó költségek: üzemanyag, szervizköltségek stb.), valamint az engedélyek beszerzése, meghosszabbítása,

módosítása, továbbá az értékesítési naponként fizetendő közterület-használati díj és a bejelentett címen illetékes önkormányzatnak fizetendő helyi iparűzési adó.

A fajlagos költségek úgy csökkenthetők, ha a már meglévő járműparkot alakítjuk át (pl. olyan kisteherautókat használ a vállalkozás, amelyeket egyébként a nagykereskedelemben is használnak beszállítóként), illetve ha a rendelkezésre álló flottát a lehető legnagyobb mértékben használjuk ki, amivel fix költségek aránya csökkenni fog, miközben a bevételek növekednek. Esetleg további pályázatokon lehet részt venni, hogy új, minél korszerűbb kishaszon-gépjárművel végezzék a szolgáltatást, melyeknek kisebb a környezetterhelése. Ugyanakkor már azzal is jelentős gépjárműforgalmi megtakarítás keletkezik, ha az egyéni, motorizált közlekedést igénybe vevő bevásárlások helyett a mozgóboltos viszi házhoz az árukat, pusztán azért, mert a mozgóboltos összehangoltan használja az erőforrásait, amikor körjáratban teríti szét a termékeket.

A mozgóboltok sofőrjei rendszerint a vállalkozás telephelyéhez kötődő település lakosai közül kerülnek ki, ezért a csak kiszolgált településeken nem jön létre új munkahely a mozgóbolt által (sőt, adott esetben veszélybe is kerülhet, ha a településen működő egyéb kisboltok forgalma annyira visszaesne, hogy alkalmazottakat kellene elküldeni). Ráadásul mivel a mozgóboltoknak csak a székhelyükön kell adót fizetniük, ezért a csak kiszolgált településeken – ahol ténylegesen bevételhez jutnak – a fakultatívan kivethető, változó összegű közterület-használati díjon kívül nem fizetnek semmit. Ezt a gyakorlatot célszerű lenne módosítani úgy, hogy a mozgóboltot üzemeltető vállalkozások ne iparűzési adó formájában viseljék a közterheket, hanem arányosan fizessenek valamennyi önkormányzatnak, és azok ne fakultatívan határozzák meg, hogy ki és mennyit fizet, hanem egységes, mindenki számára érvényes díjszabási rendszer jöjjön létre.

A mozgóboltok két hátrányának (zajosság és a dolgozó lakosság kiszolgálásának nehézségei) kiküszöbölésére egy svájci példa adhat segítséget [2]. Itt kiabálás vagy zajos szignálok lejátszása helyett a pontosságra helyezik a hangsúlyt. A megbeszélt időben pontosan megjelenő mozgóboltból minden éppen otthon tartózkodó lakos bevásárolhat. Abban az esetben, ha valaki számára ez az időpont nem megfelelő, a megjelölt helyre (például a postaláda alá) teheti kis bevásárló könyvét, amiben jelezi, hogy milyen termékekre van szüksége. A vevő később, előre megállapodott időpontban készpénzben fizeti ki vásárlása ellenértékét.

(A járatok GPS segítségével akár online is nyomon követhetők lennének). Praktikusan egy mobil térképes alkalmazás használatával vagy interneten keresztül (hiszen abból kell kiindulni, hogy a vevő otthon tartózkodik) oszthatja meg aktuális pozícióját a mozgó árus. Ha pedig éppen munkában van az érintett lakos, egyszerűen kitesz egy listát vagy akár telefonon, interneten is leadhatja a rendelését ugyan azt a mobil alkalmazást használva, mely a mozgó árus aktuális pozíciójának követését szolgálja. A kért termékeket a mozgóboltos összeállítja, majd a kijelölt helyre teszi, az áru ellenértékét pedig utólag rendezik a felek, személyesen, a következő kiszállítás alkalmával vagy átutalással. Ez a megoldás könnyen romlandó termékek esetében azonban korlátozottan alkalmazható.

1.2. Falufutár

1.2.1. Definíció

Kisbevásárlás – kisebb bevásárlás: olyan napi árucikkek beszerzése, amelyek -12 napra szólnak és beleférnek egy normál bevásárló táskába/szatyorba. ⁵

Falufutár – kisebb településeken felmerülő, elsősorban kisbevásárlási igények kielégítésére irányuló háztól-házig szolgáltatás,

Kerékpáros utánfutó – olyan teherhordó, kiegészítő szállítórész, mellyel a kerékpár vagy az elektromos kerékpár mögé csatlakoztatva terjedelmesebb és nehezebb áruk biztonságos szállítását teszi lehetővé (2. kép).



2. kép: Falufutárként alkalmazható utánfutós elektromos hajtású kerékpár (forrás: [3])

⁵ Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.2 Közlekedési szokások kisbevásárlásoknál

Főbb jellemzők

- Közlekedési alternatívák helyi szinten a kisbevásárlások kielégítésére saját járművel vagy szervezeten, futárszolgálat mintájára,
- szabad eljutás biztosítása (személygépkocsival, falubusszal, kerékpárral), megkötések nélkül a megfelelő eszközzel,
- kényelmes, mindenki számára elérhető házhozszállítási mód biztosítása,
- gazdasági, társadalmi és környezetvédelmi célkitűzéseknek is megfelel.

Célközönség

- Egy település (a vizsgált terület található háztartások számát az 1. táblázat tartalmazza) összes háztartása alkotja a célközönséget,
- falufutár esetén az összes helyi háztartás, akik ezáltal kevesebbet használnák majd gépjárműveiket.

Település-klaszter sorszáma (TK)	Felméréssel érintett település neve	Lakosság száma	Háztartások száma(lakásállomány)	Járás neve	Település mérete (km ²)
1	Jánossomorja	6097	2002	Mosonmagyaróvári	148,97
2	Narda	464	194	Szombathelyi	10,35
	Bucsu	562	212	Szombathelyi	16,54
3	Szentpéterfa	1006	374	Szombathelyi	31,24
	Vaskeresztes	365	136	Szombathelyi	9,12
	Horvátlövő	206	75	Szombathelyi	6,16
	Pornóapáti	379	142	Szombathelyi	15,14
4	Magyarnádalja	227	87	Körmendi	3,85
	Kemestaródfa	230	115	Körmendi	6,35
	Vasalja	329	147	Körmendi	11,24
	Pinkamindszent	174	112	Körmendi	11,01

1. táblázat: A vizsgált területen található háztartások száma településenként (forrás: KSH)

A falufutár szerepe a bevásárlási mobilitásban

- Fenntartható közlekedési módszer a napi szükségletek kielégítésére,
- a helyben felmerülő igények helyben kerülnek kielégítésre, ezáltal csökkenthető a szükségtelen környezetterhelés,
- a helyi összetartozást és a helyi gazdaságot erősíti.

1.2.2. Előkészítő fázis

Miért szeretnénk megvalósítani ezt az ajánlást?

Mert a háztól-házig szolgáltatással egyszerre elégíthetők ki a vásárlók szükségletei és kényelmi igényei. Az összehangolt kiszállítások pedig még akkor is kisebb környezeti terhelést jelentenek, ha a kiszállítás nem kerékpárral, hanem gépjárművel történik.

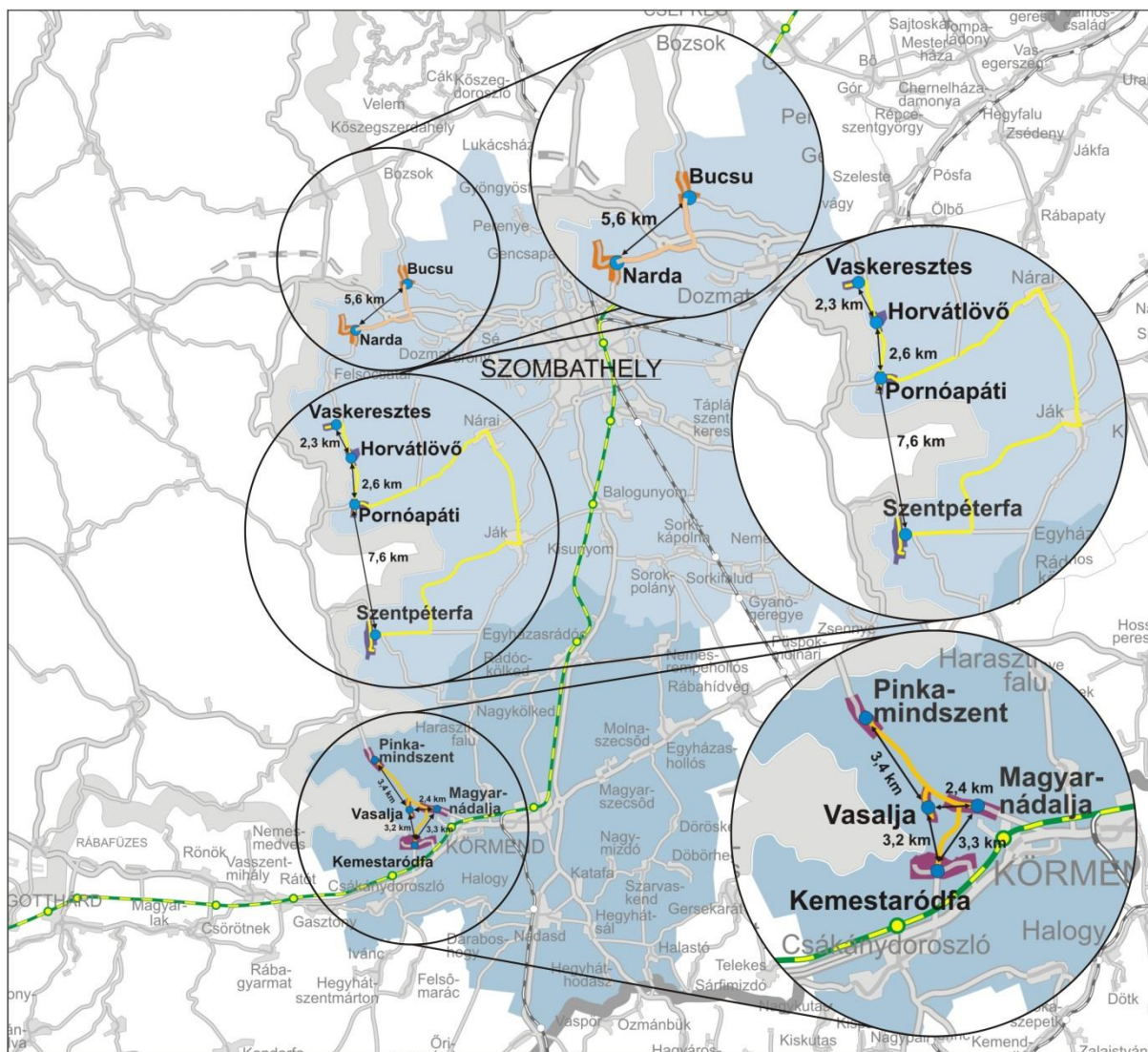
A falufutár a fogyasztói szinten érzékelt időmegtakarításon (oda és visszaút, bevásárlásra szánt idő nagy része) túlmenően kényelmi szempontokat is szolgál, hiszen nem kell cipekedni az oda-vissza úton és az időjárási körülményeket sem kell figyelembe venni (esernyő, nagykabát stb.), ugyanakkor költségtakarékos megoldás is, hiszen a lakosság kevesebb alkalommal használja a személygépkocsiját bevásárlás céljából.

Milyen célokat szolgál?

A megvalósítás elsősorban a kisbevásárlások kapcsán keletkező környezetterhelést hivatott mérsékelni a jelenleg széles körben elterjedt, intenzív gépjárműhasználat csökkentésével.

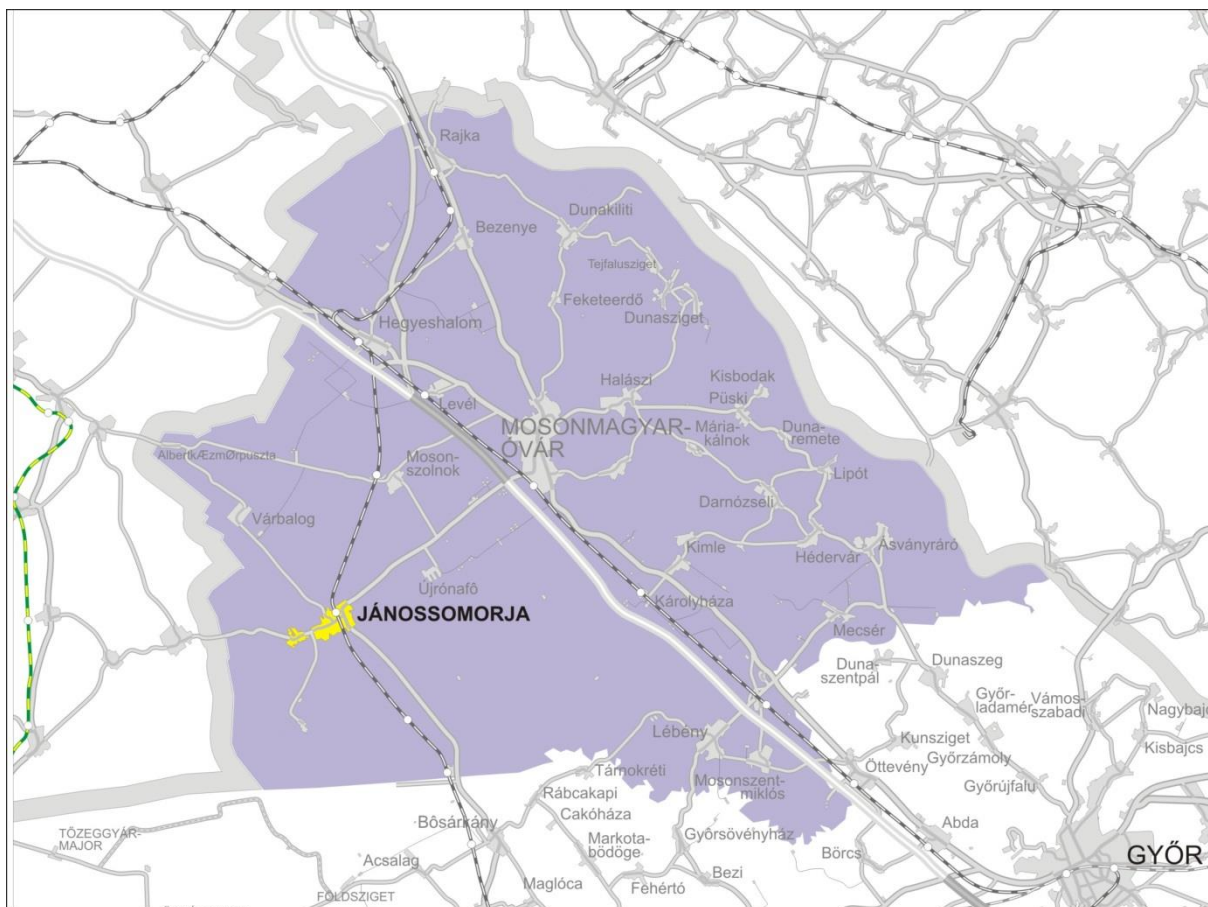
Milyen mértékű részvétel mellett érdemes megvalósítani?

A vizsgált területen több település esetében megvalósítható lenne egy olyan falufutár, mely egy időszakban a szomszédos településeken felmerülő igényeket (pl. a 4. számú településklaszterben Vasalja–Magyarnádalja–Kemestaródfa esetében a települések közötti átlagos távolságok 2,4 és 3,2 km) is kiszolgálhat (2. ábra).



2. ábra: A településklaszterek települései és a települések közötti távolság (forrás: saját szerkesztés)

Az ellátás kiterjesztése sok paramétertől függ, ilyenek az igénybevevők száma településenként, a települések közötti átlagos távolság, a falufutár-szolgáltatás keretében használt járművek száma, a falufutárként foglalkoztatott személyek száma, az úthálózat minősége, a biztonsági szempontok, stb., de nagyban időjárás függő is hiszen, ha kerékpárral oldják meg, akkor az a téli időszakban csak korlátozottan használható.



3. ábra: Az 1. település-klaszter

Egy falufutár esetében 8 órás munkaidővel számolva, melyből a termékek beszerzése 2-3 órát vesz igénybe (több felvevőhelyet is érint), a maradék 5-6 órában tudja lebonyolítani a szétosztást (az ellátott személyek száma függ az általuk igényelt termékek méretétől és súlyától, valamint a kiszállítási helyszínek távolságától és a kiszállító jármű típusától is). Általánosan óránként 4-7 különböző címre tud kiszállítani (helyszínenként 3-5 perc, a többi a címek közötti utazás ideje). Átlagosan egy kerékpáros falufutár a munkaideje alatt 15-20 (e-bike esetében 20-25 db) leadóhelyet tud kiszolgálni (ennek oka az, hogy az egy körben kiszállított csomagok száma erősen korlátozott, ezért mindig vissza kell térni a felvevőhelyhez), míg személyautóval lebonyolított kiszállítás esetében ez a szám 20-30 %-al több is lehet (nagyobb kapacitás, gyorsabb eljutás akár távolabbi, 5-6 km-re fekvő településekre is). A falubusz igénybe vétele esetén annak befogadó mérete miatt több címre is ki tud nagyobb mennyiségű árut szállítani, de így is maximum 30-35 címre.

Egy falufutár több funkciót is elláthat (kisbevásárlás, ebéd-kiszállítás), ezért az igénybevételek intenzitása időben és térben folyamatosan változik. A kisbevásárlások heti 2-3 alkalommal bonyolódhatnak, de elképzelhetőek ad-hoc jellegű felkérések is (pl. gyógyszer miatt útba kell ejteni a patikát).

Pontos részvételi limitet nem lehet meghatározni, de az nagyon fontos, hogy a falubeliek úgy érezzék, hogy a falufutár valódi funkciót lát el és jobb tőle az életük, azaz napi egy-két fuvarért nem érdemes foglalkozni vele.

Ki a felelős végrehajtó?

A falufutár szolgáltatás megszervezése és üzemeltetése önkormányzati, vagy önkormányzati-vállalkozási feladat lehet (a közmunkást az önkormányzat alkalmazza, a kisboltoknak erre nincsen lehetőségük).

Hogyan hajtjuk végre?

Felhívjuk a helyi önkormányzat figyelmét a falufutár szolgáltatás lehetőségére és egyszerű, könnyen alkalmazható útmutatóval segítjük a szolgáltatás beindulását.. Például az idősebb lakosok körében népszerű szolgáltatás lehet (kényelmi szempontok), a települések háztartásait egyszerűen fel tudja fűzni egy útvonalra. Tervezési fázis

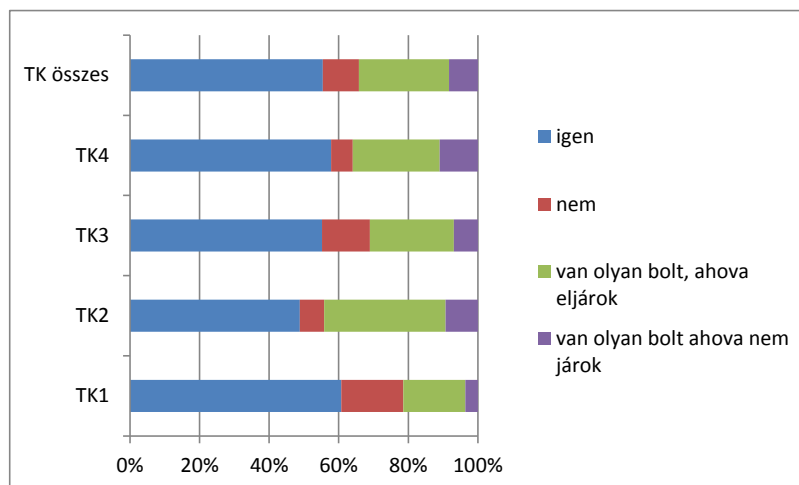
A tervezési fázisnál el kell dönteni a használni kívánt közlekedési eszköz mibenlétét, mert más megoldást igényel a falubusz, a személygépkocsi, a kerékpár vagy az elektromos kerékpár (e-bike) megoldás. Ezt követően meg kell határozni a falufutár személyét, működési idejét, működési területét, az ellátni hivatott feladatokat és az igények felvételének módját.

A felmérések eredményei

A határ menti települések háztartásainak felmérésében tapasztaltak alapján megállapítást nyert, hogy a vásárlások sokkal nagyobb arányban történének helyben, ha a megfelelő feltételek adottak lennének. A helyben történő vásárlást a válaszadók mintegy kétharmada kerékpáros közlekedéssel végezné, abban az esetben, ha a bolt elég közel van és van odavezető, biztonságos kerékpárút. Mindezekon túl további gépjárműhasználat-csökkenés érhető el, ha az egyes vásárlások szervezeten valamilyen házhozszállítási módszerrel történének, mivel a válaszadók többsége főként kényelmi szempontokkal indokolta a gépjárműhasználatot.⁶

A vizsgált területek esetében a megkérdezettek több mint a fele helyi szinten bonyolítaná le a kisbevásárlásait, ha lenne olyan bolt, ahol ezt megtehetné vagy a megkérdezett által előnyben részesített bolt helyi szinten nyitna üzletet, melynek következtében időt is meg tudnának spórolni (az odafelé vezető utat mindenképpen) (2. diagram.).

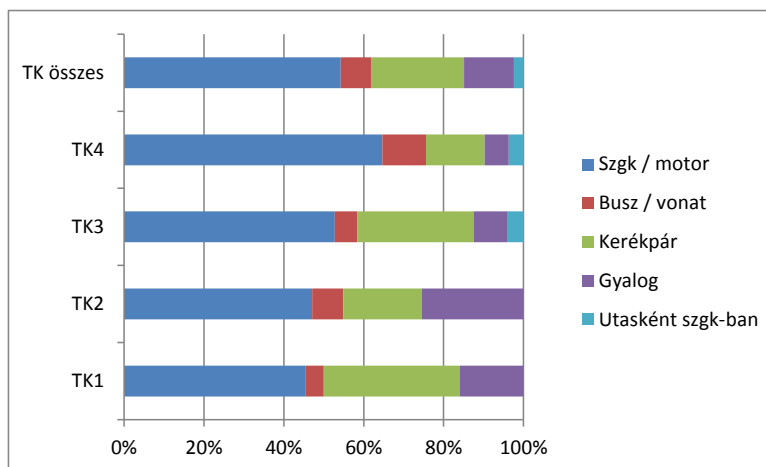
⁶ Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.4 Általános vásárlási - közlekedési szokások - közeli boltok



2. diagram: Ha lakóhelyén a közelben lenne egy ellátó/bolt, akkor ott bonyolítaná le kisbevásárlását? (forrás: Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014)

A felmért vásárlás-motivált közlekedési szokásjellemzők is megmutatták, hogy a kisebb települések esetében a kisbevásárlásokat nagyobb százalékban személygépkocsival bonyolítják le, mert messzebbre kell utazniuk (a 4. településklaszter esetében gyakran másik településre), míg a nagyobb települések esetében a lehetőségek nagyobb száma miatt (több bolt is a rendelkezésre áll) gyakrabban használnak kerékpárt (az 1. településklaszter esetében). A közforgalmú közlekedést vásárlás céljából mindkét településméret esetében csak ritkán veszik igénybe (~8%).⁷

⁷ Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.2 Közlekedési szokások kisbevásárlásoknál



3. diagram: A közlekedési módok megoszlása a kisbevásárlás-motivált közlekedések során klaszterenként (forrás: Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014)

A felhasználók elvárásai

A vásárlók elvárásai jelentősen különböznek egy normál, üzleti alapon működő házhozszállítási szolgáltatással szemben támasztott követelményektől, mivel ezt a rendszert a falu közössége hívja életre, ezért elvárás a személyes, barátságos és magas minőségű működés.

A célközönség meghatározása és bevonásának módja

Alapvetően a felmérésekben érintett települések teljes lakossága célközönség lehet a falufutár számára (2. táblázat). Az egyes nemek, korosztályok és jövedelmi viszonyok között nem érdemes különbséget tenni, mert egyrészt a szolgáltatás nem elsősorban szociális, hanem sokkal inkább közlekedési, környezetvédelmi céllal alakul. Ha viszont a fenti megkülönböztetéseket megtennénk, és esetleg szűkítenénk a jogosultak körén, akkor erkölcsileg támadható helyzet keletkezne azáltal, hogy esetleg az idős és/vagy társadalmilag rászoruló emberek kikerülnének a szolgáltatás hatálya alól azért, mert eddig sem gépkocsival jártak vásárolni.

Településklaszter száma (TK)	Felméréssel érintett település neve	Lakosság száma [fő]
1	Jánossomorja	6 021
2	Narda	466
	Bucsu	558
3	Szentpéterfa	997
	Vaskeresztes	377
	Horvátlovó	193
	Pornóapáti	395
4	Magyarnádalja	216
	Kemestaródfa	211
	Vasalja	321
	Pinkamindszent	152

2. táblázat: A felmérésben résztvevő települések lakosság száma településklaszterenként (forrás: KSH)

A célközönséget a helyi médián, szórólapokon, esetleg társadalmi fórumokon keresztül lehetne bevonni, ahol megfelelő tájékoztatás mellett a lakosok felvilágosítást kapnának nemcsak a rendszer céljairól és bevezetésének az indokoltságáról, hanem annak működéséről is.

A stakeholderek meghatározása

A helyi lakosságon kívül az önkormányzat, valamint a helyi kiskereskedők is érintettek a témában. A helyi kiskereskedők például a forgalomnövekedés miatt esetleg nagyobb választékot tudnak majd biztosítani, mellyel további forgalomnövekedés érhető el. Az önkormányzat érintettsége a javuló életminőség miatt vonzóbb településben rejlik. A falufutár közmunkában vagy szabadidős szociális tevékenységként látja el feladatát.

A döntéshozók azonosítása

A szolgáltatás beindításáról és fenntartásáról a hivatalos döntést az önkormányzat hozza. A helyi lakosság pedig formálisan azzal dönt a tevékenység életben tartásáról, hogy élnek a falufutár által nyújtott szolgáltatással.

Üzleti modell

A közmunkában vagy szabadidős szociális tevékenységként dolgozó önálló futár, aki maga intézi a fuvarszervezést, az önkormányzat pedig felügyeli és ellenőrzi a tevékenységét. Fontos az együttműködés a helyi bolttal (3. táblázat), hogy a vásárlói igények eljussanak az árubeszerzőhöz is, ezáltal lehetőséget adva a kereskedőnek a piaci igényekhez történő igazodásra. Amennyiben a futárszolgálat fenntartása még így is vállalkozhatatlanul nagy terhet jelentene az önkormányzatnak, akkor fel kell venni a kapcsolatot a helyi bolttal/boltokkal, hogy milyen mértékben tudnának hozzájárulni a rendszer fenntartásához. Alapvetően a helyi boltok

számától nem függ azok sikeressége, inkább a marketing és a minőség szintje, ami befolyásoló tényezőként hat. A helyi bolt a legtöbb esetben a helyben keletkező igények kiszolgálását hivatott kielégíteni.

Településklaszter sorszáma (TK)	Felméréssel érintett település neve	Lakosság száma	Kiskereskedelmi üzletek száma	Élelmiszer vegyesüzletek és áruházak száma	Járás neve	Település mérete (km ²)
1	Jánossomorja	6097	60	11	Mosonmagyaróvári	148,97
2	Narda	464	1	1	Szombathelyi	10,35
	Bucsu	562	3	2	Szombathelyi	16,54
3	Szentpéterfa	1006	4	1	Szombathelyi	31,24
	Vaskeresztes	365	4	1	Szombathelyi	9,12
	Horvátlövő	206	2	1	Szombathelyi	6,16
	Pornóapáti	379	2	1	Szombathelyi	15,14
4	Magyarnádalja	227	0	0	Körmendi	3,85
	Kemestaródfa	230	2	1	Körmendi	6,35
	Vasalja	329	3	2	Körmendi	11,24
	Pinkamindszent	174	0	0	Körmendi	11,01

3. táblázat: A vizsgált településeken megtalálható üzletek száma funkcióként és településenként
(forrás: KSH)

Megvalósulás lehetséges módja

Igény szerinti szolgáltatás, menetrend és fix útvonal nélkül. Az egyes fuvarok összehangolása a kezdeti időszak tapasztalatait figyelembe véve a rendszeresség felismerésével racionalizálható. Diszpécserszolgálat nem szükséges, a feladatot ellátó személy egy gondosan vezetett jegyzetfüzetben gyűjti össze az igényeket (telefonon vagy személyesen), melyeket akár személyenként vagy járatonként is csoportosíthat, az ad-hoc feladatok esetére a futár egy mobiltelefon készüléken keresztül mindig elérhető, így kapcsolatot tarthat az igénybe vevőkkel vagy a boltokkal is.

Működési terület

Településenként vagy településcsoportonként egy-egy futár, aki a helyi boltokból házhoz szállítja a falubélieknek a termékeket. A működési terület lefedését a vizsgált területre vonatkozóan a 2. ábra tartalmazza.

Működési időszak

Igény szerint.

Eszközpark

Legegyszerűbb esetben egy kerékpár vagy egy elektromos kerékpár (pályázat útján beszerezhető) szükséges hozzá. Ha a falufutár hosszabb utakat is vállal (például nagyobb bevásárlások, helyben nem kapható termékek beszerzése), akkor személygépkocsi vagy falubusz is lehet, a településen felmerülő igényeknek megfelelően.

Az eszközpark összetétele függ attól is, hogy a beszerzés és a fenntartás költségét hogyan tudja az adott település kigazdálkodni.

FALUFUTÁR	kerékpár (db)	e-bike (db)	személygépkocsi (db)	falubusz (db)
beszerzés költsége	30-80 ezer Ft támogatásból is	200-300 ezer Ft támogatásból is	500 ezer-5 millió Ft támogatásból is	5-8 millió Ft támogatásból is
fenntartási költség (év)	5 ezer Ft	25-35 ezer Ft	250 ezer Ft	280-300 ezer Ft
kiszolgált igények átlagos darabszáma	15-20 db/munkanap	20-25 db/munkanap	25-30 db/munkanap	30-35 db/munkanap

4. táblázat: A falufutárként alkalmazható járművek várható költségei (saját szerkesztés)

Humán erőforrás

A futárszolgálatot végzőktől a helyiek segítőkészséget és megbízhatóságot várnak el. A költségek a használt járművek számától és milyenségétől függenek elsősorban, adminisztrációs és diszpécserköltségek nem keletkeznek.

Díjszabás

Ingyenes szolgáltatás szükséges, mert az aprófalvak alacsony lakosszáma és a kisbevásárlások alacsony összege miatt valószínűleg nem lehet elég bevételt termelni az önfenntartáshoz.

Marketing és információ

Elsősorban a helyi kisboltokban kell felhívni a figyelmet, promótálni a szolgáltatást, így bevonva az adott boltot is a folyamatba. Szórólap, hirdetések segítségével a helyi médiában (pl. falutévé), továbbá lakossági fórum rendezése javasolt. A kisebb települések előnye ebből a szempontból, hogy egy jól működő rendszernek hamar híre lesz a faluban, így azokhoz is eljut az információ, akiket esetleg nem értek el a hirdetések.

1.2.3. Megvalósítás

A falufutárszolgálat esetében helyben lakókkal lehetne ellátni a futárszolgálatot. Aprófalvas térségekben (a 4. településklaszterben Pinkamindszent–Vasalja–Kemestaródfa–Magyarnádalja) az esetleg már létező falugondnoki pozíciót ki lehetne bővíteni a háztól-házig történő kisbevásárlási szolgáltatással. Ebben az esetben már egy rendelkezésre álló eszközparkot hasznosítanánk több célra, mivel a falugondnoknak eleve kell, hogy legyen gépjárműve is. Esetleg további pályázatokon lehet részt venni, hogy a gépjármű minél korszerűbb legyen, minél

kisebbség legyen a környezetterhelése. Ugyanakkor már abból jelentős gépjárműforgalmi megtakarítás keletkezik, ha a falugondnok gépjárművel hordja ki az árukat a vásárlókhoz, pusztán azért mert ő összehangoltan használja az erőforrásait.

Előfordulhat, hogy falugondnok nem áll rendelkezésre az adott területen, akár azért mert a település mérete vagy bármilyen paramétere miatt nem jogosult falugondnok foglalkoztatására, akár azért mert bár létezik ilyen a településen, de leterheltsége nem teszi lehetővé plusz feladatok ellátását. Ezekben az esetekben helyi közmunkásokkal vagy szabadidős szociális tevékenységként is el lehet látni a feladatot.

Akármelyik modell is kerül megvalósításra az üzemeltetés mindkét esetben hasonlóan működne. A futárhoz eljuttatott rendeléseket a futár összegyűjti és kiszállítja a megadott címre. A futár felvehet előjegyzést is, mely megrendeléseket másnap kézbesítene. Fogadhat rendszeres megbízásokat is, mely a tervezhetőséget segítené. A futár mobiltelefonon is fogadhat azonnali megrendeléseket, de az előrendeléseket akár személyesen is összegyűjtheti előző nap folyamán, melyeket másnap szállítana ki.

Idehaza és külföldön számos településen (jellemzően kisebb települések kieső településrészein) működik olyan szolgáltatás, ahol szociális alapon rászorulóknak részére szállítanak ki ebédet, alapvető élelmiszert vagy gyógyszert. Ezen feladatokat falufutár hiányában jelenleg a megbízott falugondnok látja el.

1.3. A falubusz szolgáltatás, mint igény szerinti közlekedési mód

1.3.1. Definíció

A falubusz egy olyan **kistérségi közlekedési szolgáltatás**, amely növeli a hátrányos helyzetű, szolgáltatáshiányos kistelepülések és tanyák esélyegyenlőségét, javítja az ott élők életfeltételeit, elősegíti a közszolgáltatásokhoz való hozzájutást, bővíti a települések szolgáltatási funkcióit és közösségfejlesztő hatású. Főbb feladatai a következők:

- óvodás-, iskoláskorú gyermekek, nyugdíjas korúak szállítása;
- egészségügyi, közigazgatási ellátáshoz való hozzájutás biztosítása;
- közösségi sport-, kulturális és egyéb szabadidős tevékenységek segítése;
- egyéb alapszolgáltatások (pl. házi segítségnyújtás, közétkeztetés, közösségi információk terjesztése, falu- és tanyagondnoki szolgálat) biztosítása.

Közlekedésszervezési szempontból tekintve a falubusz szolgáltatás egyfajta **rugalmas, igény szerinti, de nem közforgalmú közlekedési forma**. Használatának feltétele az utazási igény előzetes, megfelelő formában történő bejelentése az üzemeltető részére.

Főbb jellemzők

- helyi önkormányzat vagy non-profit szervezet üzemelteti,
- helyi szinten nyújt közlekedési szolgáltatást, elsősorban helyi lakosok számára,
- nem előre meghatározott útvonalon közlekedik,
- a pályázati úton beszerzett gépjárművekre az 5 éves fenntartási időszakból fakadó kötelezettségek vonatkoznak.

Célközönség

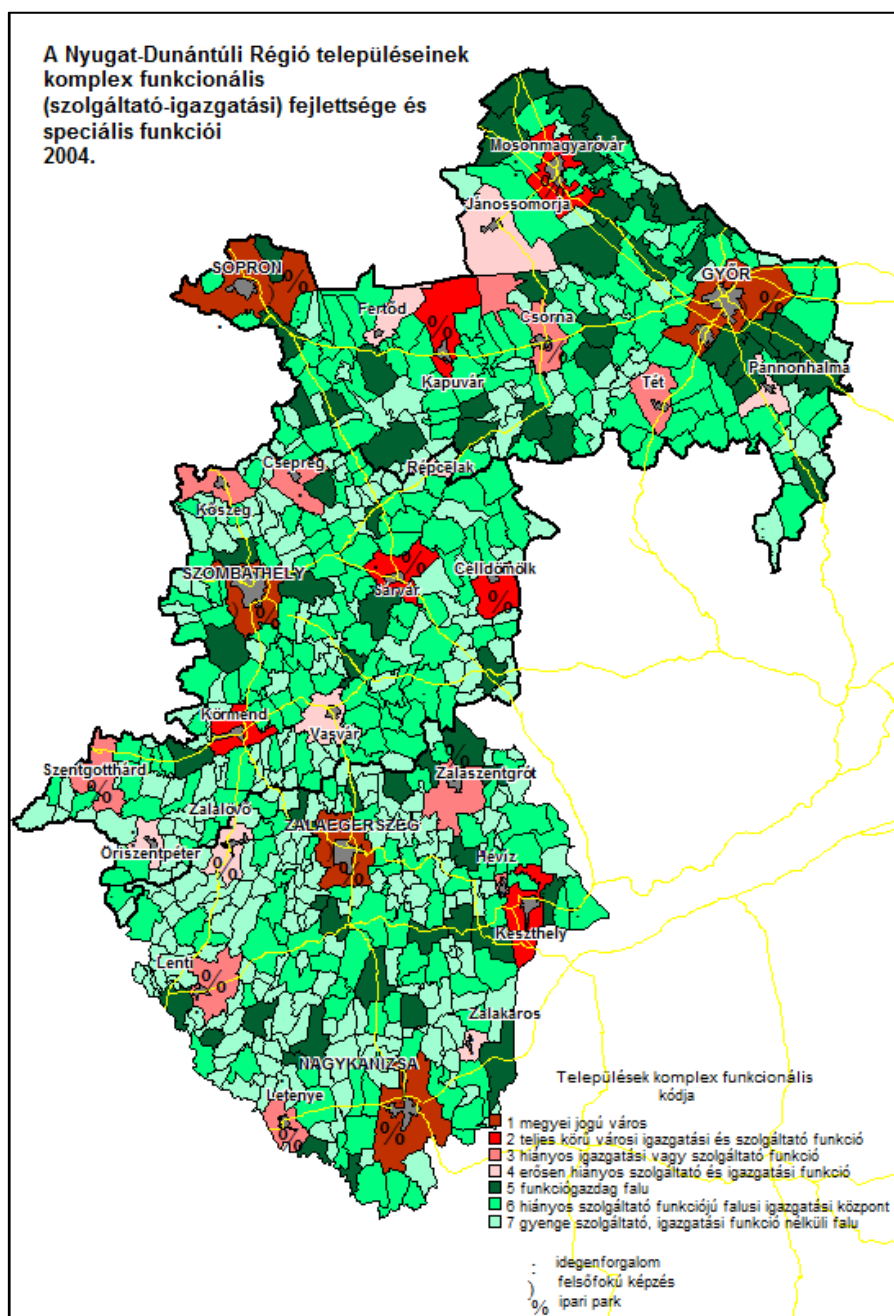
Az 5. táblázatban szereplő települések lakosai. (Jelen útmutató más, falubusszal rendelkező település számára is hasznos lehet.)

Település neve	Lélekszám (2011)	Népesség- változás (2001-2011)	100 aktív korúra jutó		1000 lakosra jutó sz.gépjármű (kistérségi szinten) (2012)	Legközelebbi járás- központ elérhetősége		Buszok száma a járásközpontba	
			Gyermekekori (2011)	Időskori (2011)		Autóval (perc)	Autóbuszsal (perc)	Munka- nap	Hétvége
Jánossomorja	5921	-54	23	31	332,4	11	25-40	27	7-12
Bucsu	579	-25	22	34	356,7	16	23	16	6-9
Narda	469	-40	17	48	356,7	17	25-35	11	6-9
Vaskeresztes	336	-6	23	42	356,7	23	32	22	9-12
Horvátlovó	190	-5	28	34	356,7	20	30	21	9-12
Pornóapáti	364	-31	24	29	356,7	17	26	14	7-9
Szentpéterfa	987	-89	23	33	356,7	23	40	13	4-6
Pinkamindszent	154	-5	29	50	330,9	12	20	7	0-3
Kemestaródfa	222	-13	26	45	330,9	8	17	10	2-3
Vasalja	302	-23	18	51	330,9	9	13	11	1-3
Magyarnádaj	221	31	29	37	330,9	6	13	11	1-3

5. táblázat: A vizsgált települések főbb demográfiai és közlekedési adatai (forrás: KSH alapján saját szerk.)

Jánossomorja várost leszámítva valamennyi község Vas megyében, az osztrák-magyar határ mentén helyezkedik el, és Bucsú és Szentpéterfa kivételével valamennyien aprófalvak. A népesség Magyarnádalját leszámítva mindenütt csökkent, a természetes fogyást itt is csak a pozitív vándorlási különbözet tudta enyhíteni. 100 aktív korúra mindenütt több időskorú jut, mint gyermekkorú, ez az érték Vasalján a legnagyobb, 51 fő, Jánossomorján pedig a legkisebb a különbség a gyermek- és az időskorúak aránya között.

Az 5. táblázatban északról déli irányba haladva szerepelnek az egyes települések, ennek megfelelően járásonként sorba rendezhetjük őket: Jánossomorja a mosonmagyaróvári, Bucsú-Szentpéterfa a szombathelyi, míg Pinkamindszent-Magyarnádalja a körmendi járáshoz tartozik. A motorizációs fok valamennyi járásban magasabb az országos átlagnál (2012 végén 300-305 között szgk/1000 lakos). A mosonmagyaróvári és a szombathelyi járásközpont közúton valamivel távolabb esik a vizsgált településektől, mint Körmend a hozzá tartozó falvaktól, azonban előbbi kettő járásban – részben a nagyobb lélekszám és a kedvezőbb településstruktúra miatt – lényegesen jobb a közforgalmú autóbuszos ellátottság. A 2014/2015-ös menetrend alapján a különbség elsősorban hétvégén szembetűnő, néhány Körmend környéki faluba ugyanis vasárnap például csak 1-2 autóbusz jár ki, Pinkamindszentre pedig egyáltalán nem közlekedik járat e napon, ekkor ott a falubusz jelenti az egyedüli lehetőséget közösségi közlekedésre.



4. ábra: A vizsgált települések komplex funkcionális fejlettsége (forrás: [4])

Az egyes települések komplex funkcionális (szolgáltató-igazgatási) fejlettségét 2004-ben vizsgálták a Nyugat-Dunántúl régióban. Ennek eredményét a 4. ábra szemlélteti. Mint az látható, Jánossomorja erősen hiányos igazgatási és szolgáltatási funkciójú városnak tekinthető, míg a vasi, osztrák határ menti települések hiányos vagy gyenge szolgáltatási funkcióval rendelkeznek, esetenként (pl. Pinkamindszent) igazgatási funkció nélkül.

A falubuszok szerepe a vásárlási mobilitás környezettudatosabbá tételében

A vásárlási célú utazások esetében a falubusz szolgáltatás a közforgalmú közlekedés versenyképes alternatívája tud lenni. Az igényvezérelt közlekedés ugyanakkor az egyéni, motorizált közlekedési formát használók számára is ideális választás lehet, hiszen háztól-házig szolgáltatást nyújt, hasonlóan egy autóval megoldott bevásárláshoz.

A helyi felmérés során kiderült, hogy a kikérdezett háztartások között szinte alig akad olyan, ahol ne állna rendelkezésre legalább 1 gépjármű, így ebben a térségben az egyéni motorizált közlekedés igen komoly versenyhelyzetet teremt, ugyanakkor nagy potenciált is a közösségi közlekedés térhódítására.⁸

A válaszadók többsége a vásárlást más tevékenységgel köti össze, jellemzően munkából vagy ügyintézésből hazafelé ejtik útba a boltot. Mivel egyébként is a központban járnak, népszerűek a supermarketek, ahol egyszerre mindent be tudnak szerezni. Mivel e boltok kisebb árréssel dolgozhatnak, sokszor nagy akciókat hirdetnek (minél többet vesz, annál nagyobb a kedvezmény), amelyet az autóval érkezők könnyebben ki tudnak használni. Noha sokszor még a kisbevásárlást is supermarketekben végzik el a kikérdezettek, a kosár mennyisége sokszor már nem is feltétlenül tükrözi a vásárlás típusát, hiszen ha az akciókat kihasználják, előre vásárolnak, és az autóval kényelmesen haza tudják szállítani a többlet-terméket. E funkció betöltésére azonban a falubuszok is alkalmasak lehetnének.⁹

A hagyományos autóbuszos eljutást a fentiekből adódóan a kikérdezettek szinte mindegyike problémásnak, körülményesnek érezte, nehezen tudták megváltozott vásárlási szokásaikhoz igazítani. 41%-uk azonban szívesen utazna közösségi közlekedéssel, amennyiben annak jelenlegi feltételei jelentősen javulnának.

A határon átnyúló bevásárlások döntő többsége egyéni gépjárműhasználattal, jellemzően havi rendszerességgel valósul meg. A két irány között az az alapvető különbség, hogy a magyarok kifejezetten bevásárlási céllal lépik át a határt, míg az osztrákok gyakrabban más tevékenység (pl. turizmus, szolgáltatások igénybevétele stb.) miatt érkeznek Magyarországra, és a vásárlás sokszor csak másodlagos jelentőséggel bír.

Arról nagyon kevés vásárló tud, hogy célpontját hogyan közelíthetné meg közösségi közlekedéssel, és a döntő többség mindenképp autóval menne egyébként is, a kikérdezetteknek csupán negyede-harmada fontolná meg a közösségi közlekedési mód választását. Az osztrákok első-sorban egy versenyképes ár ajánlása esetén ülnének át, míg a magyarok számára leginkább a gyakori eljutási lehetőség, jó menetrend megléte tenné vonzóbbá a közösségi közlekedést.

⁸ Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.1 A háztartások általános tulajdonságai

⁹ Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.2 Közlekedési szokások kisbevásárlásoknál

Ezek alapján elmondható, hogy a regionális kikérdezés alanyai többségének a hagyományos tömegközlekedésről egy drága, lassú és ritka követési idejű szolgáltatás jut eszébe, a falubusznak tehát a rugalmatlanság mellett e tulajdonságok javítására, kiküszöbölésére kell elsősorban fókuszálnia.

1.3.2. Előkészítő fázis

Miért szeretnénk megvalósítani ezt az ajánlást?

Ahogy a később olvasható példák is mutatják, a falubuszokat üzemeltető önkormányzatok, non-profit szervezetek sokrétű szolgáltatást próbálnak nyújtani a falubuszok segítségével. Az utazási igények bejelentése azonban csak egy formanyomtatvány kitöltésével történhet meg és az igény jóváhagyása akár több napba is beletelhet. Emellett és ennek köszönhetően a falubuszok kihasználtsága, futásteljesítménye sok esetben igen alacsony.

A rendszer jelentősen hatékonyabbá tehető egy diszpécsterszolgálat kiépítésével, mely segítségével a beérkező utazási igények valós időben, rugalmasan kezelhetők és a napi szükségletek (például a bevásárlási szándékok) által generált forgalom sokkal versenyképesebb módon elégíthető ki.

A szolgáltatás vonzóbbá tételével elérhető, hogy az egyéni gépjárműhasználatról kimutatható mértékben térjenek át közösségi (falubuszos) közlekedésre az egyes települések lakosai. Már két autó kiváltása esetén jelentős CO₂-csökkentés érhető el: míg egy új személygépkocsi 2013-ban átlagosan 127 g-ot bocsát ki kilométerenként [5], addig még egy 17 férőhelyes minibusz is csupán 199 g-ot [6], tehát még ha a legkorszerűbb flottát is feltételezzük, több mint 50 g CO₂-kibocsátás kerülhető el kilométerenként. Egy ekkora minibusz reálisan tekintve legalább 4 személygépjárművet tudna kiváltani, amellyel kilométerenként már 309 g CO₂-kibocsátás előzhető meg, tehát környezetvédelmi szempontból igen nagy jelentősége van a falubuszos szolgáltatás kiterjesztésének.

Milyen célokat szolgál?

Jelen útmutató egy olyan lokális, falubuszokra épülő igény szerinti közlekedés megszervezésére vonatkozó projekt megvalósításához ad javaslatokat, mely a már meglévő jármű eszközpark nagyobb fokú kihasználtságát tűzi ki célul.

1.3.3. Tervezési fázis

A tervezés során meg kell vizsgálni a már működő falubusz szolgáltatás összes jellemzőjét és fel kell tárni a leendő felhasználók igényeit. Minden érintett döntéshozót és partnert (pl. közforgalmú közlekedési szolgáltatók) be kell vonni a tervezés folyamatába, és kell egy felelős, aki szándékozik és képes fenntartani a rendszert.

A felmérések eredményei

A 10 településen végzett háztartási kérdőíves felmérés tanulsága szerint vásárlási célú utazások során a közforgalmú közlekedés használata sokszor körülményes (a válaszadók 77%-a szerint). A felmérés kitért arra is, hogy jobb feltételekkel üzemelő nem egyéni közlekedési eszközt (busz, vasút, falubusz) igénybe vennének-e az utasok. A kérdésre a válaszadók 40%-a válaszolt pozitívan.¹⁰

A felhasználók elvárásai

Az előzőekben is látható volt, hogy az utasok jelentős része valamilyen szempontból elégedetlen a rendelkezésre álló közforgalmú közlekedési szolgáltatással. Az igényvezérelt közlekedés tehát jobb alternatívát kell, hogy nyújtson a közforgalmú közlekedésnél, így lehet a falubuszok kihasználtságát növelni.

A menetrend vonatkozásában az igény alapú közlekedés jelentős verseny előnyben van, hiszen az utasok igényeihez legközelebb álló optimumot próbálja nyújtani. Utazási komfort tekintetében a 6-7 éve megvásárolt falubuszok a közforgalmú közlekedés eszközparkjával megegyező vagy azt meghaladó színvonalat képesek nyújtani. Emellett a falubuszok – abban az esetben, ha nem érintenek fix, előre meghatározott megállóhelyeket – háztól-házig szolgáltatást, vagyis az utasok számára legideálisabb megoldást nyújtják, szemben a közforgalmú közlekedéssel. Ez utóbbi szempontból a falubusz szolgáltatás a személygépkocsival történő eljutás megfelelő alternatívája is tud lenni, településenként különböző módon kialakított, személyre szabott, a kereslet-kínálatot jól tükröző menetrendekkel.

A célközönség meghatározása és bevonásának módja

A háztartási felmérésből kiderült, hogy leginkább az 50-64 éves korosztály mondana le a személygépkocsi használatáról bevásárlásai intézése során. A megkérdezettek közel 50%-a használna egy a jelenleginél jobb feltételekkel működő nem egyéni közlekedési eszközt (busz, vasút, falubusz). Az idősebb és fiatalabb korosztályok esetében ez az arány mérsékeltebb, 35-38%-os.

A falubusz-szolgáltatás bevezetése előtt előzetesen további, részletes vizsgálatok szükségesek az adott településen, azonban ehhez jó alapot nyújthatnak a jelen projekt keretében már elvégzett kutatások, helyi szintű kikérdezések. A helyi kereslet felmérésére számos lehetőség adódik, a kistelepüléseken ennek leginkább hatékony módja egy lakossági fórum megrendezése, ahol valamennyi lakos elmondhatja véleményét, és találhatja ki a közösség falubuszának főbb funkcióit, időbeosztását (pl. a lakosok szállítása keddenként piacra, bevásárlóközpontba;

¹⁰ Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.4 Általános vásárlási – közlekedési szokások – közeli boltok

szerdánként orvoshoz, kirándulások; utazások szervezése csütörtökön a helyi nyugdíjasoknak, hétvégén pedig a helyi diákoknak, sportklubnak stb.).

Nagyobb települések esetén ennél a módszernél hatékonyabb lehet a polgárok levélben történő értesítése, véleményük ilyen módon történő kikérdezése.

Miután már bevezette a falubusz-szolgáltatást, az önkormányzat számára számos médium eleve rendelkezésre áll, melyekkel a szolgáltatás ismertségét növelheti. Ilyen például a faluújság, falu tv, a hirdetőtábla vagy a mozgó hangos bemondó. A falubuszok üzemelésével kapcsolatos információkat fix, bárki által hozzáférhető módon is közzé kell tenni. Mivel a falvakban a személyes kapcsolatok erőteljesebben megjelennek, mint a városban, egy új rendszer bevezetéséről szóló előzetes hírek, értesülések hamar elterjedhetnek a lakosság körében az ismeretségek útján is.

Stakeholderek meghatározása

Az egyes települések önkormányzati testületét, az ott jelen levő közforgalmú közlekedési szolgáltatók képviselőit, valamint a szolgáltatókat koordináló regionális Közlekedésszervező Irodák szakembereit mindenképpen szükséges bevonni a projekt kidolgozásába. Mindegyik érdekelt számára fontos, hogy a település és a kistérségi központ között lehetőleg ne lépjenek fel párhuzamosságok a falubuszos és a közforgalmú közlekedés kínálata között, vagyis térben és időben kiegészítő, nem pedig helyettesítő szolgáltatás jöhessen létre a falubuszok által.

Döntéshozók azonosítása

A projekttel kapcsolatos döntéseket a települési önkormányzat képviselő testülete és végső soron a polgármester hozza meg. Amennyiben a falubusz non-profit szervezet tulajdonában van, az alapítvány, egyesület, közhasznú társaság vagy non-profit gazdasági társaság döntésre jogosult.

Üzleti modell

Az egyik legfontosabb kérdés, hogy milyen üzleti modell alapján valósuljon meg az új szolgáltatás:

1. Egy önkormányzat/non-profit szervezet az üzemeltető

- egyszerű üzemeltethetőség
- az üzemeltető 100%-ban felelős a működésért
- a szolgáltatás a felhasználó számára költségtérítéses
- a felhasználó közvetlenül az üzemeltető diszpécserével kerül kapcsolatba

2. Több önkormányzat és/vagy non-profit szervezet az üzemeltető

- összehangolt üzemeltetést kíván
- az üzemeltetők megosztottan felelősek a működésért

- a szolgáltatás felhasználó számára költségtérítéses
- a felhasználó több üzemeltető közös diszpécserével kerül kapcsolatba

A megfelelő üzleti modell kiválasztása az adott önkormányzat rendelkezésre álló pénzügyi erőforrásai és humán erőforrás kapacitásai alapján történhet. Miután a szolgáltatás önköltséges, nem termel nyereséget, a költségeket gondosan kell mérlegelni, melyek 3 csoportra bonthatók: fix, változó és egyéb felmerülő költségek.

Fix költségként kell számolni a falubusz amortizációjával, a fix szervizköltségekkel (pl. időnkénti műszaki vizsga), valamint az egyéb, éves szintű, futásteljesítménytől független összegektől (pl. biztosítás, teljesítményadó). Egy átlagos mikrobusz vagy minibusz üzemeltetési költsége az alábbi, már egyéb fix és változó költségeket is figyelembe vevő egyszerűsített képlettel becsülhető meg:

$$\text{megtett km} \times \left[\left(\frac{\text{átalány liter}}{100 \text{ km}} \times \text{üzemanyagár Ft/liter} \right) + 9 \text{ Ft} \right] = \text{szgk. költség} \quad [9]$$

Ha a jelenlegi, 365 Ft körüli átlagos dízelárat vesszük alapul, és 2001-3000 cm³ közötti hengerűrtartalmú járművel számolunk (amelynek fogyasztási átalányértéke 7,6 l/100 km), akkor km-enként 36,74 Ft-os üzemeltetési díjat kapunk. Havi 25 üzemnappal és 50 km-es napi átlagos futásteljesítménnyel számolva egy dízelüzemű falubusz havi üzemeltetési költsége közel 46.000 Ft-ra tehető.

Ha egyéb felmerülő költségeket (pl. gyorsforgalmi utakra szóló matrica vásárlása) is belevonunk a kalkulációba, a havi összköltség körülbelül 50.000 Ft-ot jelent. Ezért végeredményben legfeljebb a 2. üzleti modell tekinthető reálisan kivitelezhetőnek, ahol több település közösen tart fent egy diszpécseri hálózatot, és osztozik a költségeken, de inkább az a megoldás javasolt, hogy a helyi falugondnok kezelje az igénybejelentéseket és szervezze meg a fuvarokat.

Nem javasolt továbbá beosztott, hivatásos járművezető alkalmazása sem, hiszen a falubuszok egyelőre nem vehetnek részt a közforgalmú közlekedésben, csak a helyben felmerülő, és időben igencsak egyenetlen eloszlású igények kielégítésére szolgálnak. Betegek, idősek, iskolások szállítását a falugondnok végezheti, ám egyéb utazások (helyi sportklub tagjainak szállítása, csoportos kirándulások, bevásárló-járatok stb.) esetén – megfelelő¹¹ jogosítvány birtokában – bárki lehet sofőr, aki vezetésre alkalmas állapotban van, és akire rábízják a járművet. Ezzel a megoldással a falugondnok leterheltsége enyhíthető.

Megvalósulás lehetséges módja

A célcsoportok igényeitől függően több szolgáltatástípus, illetve kombinációjuk is megvalósítható:

¹¹ 9 fős mikrobuszok még „B” kategóriás jogosítvánnyal vezethetők, de a 10-17 fős minibuszok már csak „D1” vagy „D” jogosítvánnyal, ennél nagyobb befogadóképesség esetén pedig csak „D” jogosítvánnyal vezethetők.

- háztól házig történő szállítás,
- gyűjtőponttól gyűjtőpontig terjedő szolgáltatás,
- előre meghatározott útvonal/közlekedési folyosó előre nem meghatározott megállókkal,
- előre meghatározott útvonal kijelölt megállókkal.

A személyszállítási törvény 10. § (7) pontja alapján „igényvezérelt személyszállítási szolgáltatás járáti engedély vagy közszolgáltatási szerződés alapján végezhető”. A törvény szerint a járáti engedély kiadása a települési önkormányzat polgármesterének illetékességi körébe tartozik.

Működési terület

Az igényvezérelt közlekedési szolgáltatás működhet települési, kistérségi vagy regionális szinten, illetve határ menti települések esetében határon átnyúlóan is. Ebben az esetben a korlátokat a rendelkezésre álló pénzügyi források, valamint a felhasználók igényei szabhatják meg. Általánosan elmondható, hogy minél több települést érint a szolgáltatás, annál nagyobb a gazdasági hozzáadott értéke – figyelembe véve természetesen a járművek befogadó képességét is.

A háztartási kikérdezések alapján elmondható, hogy Oberwart kedvelt célpont a Vas megyei, osztrák-magyar határ menti települések lakosainak körében a nagybevásárlások intézése során. Emellett Jánossomorjáról jellemző bevásárlóközponti célpont a parndorfi Designer Outlet.

Működési időszak

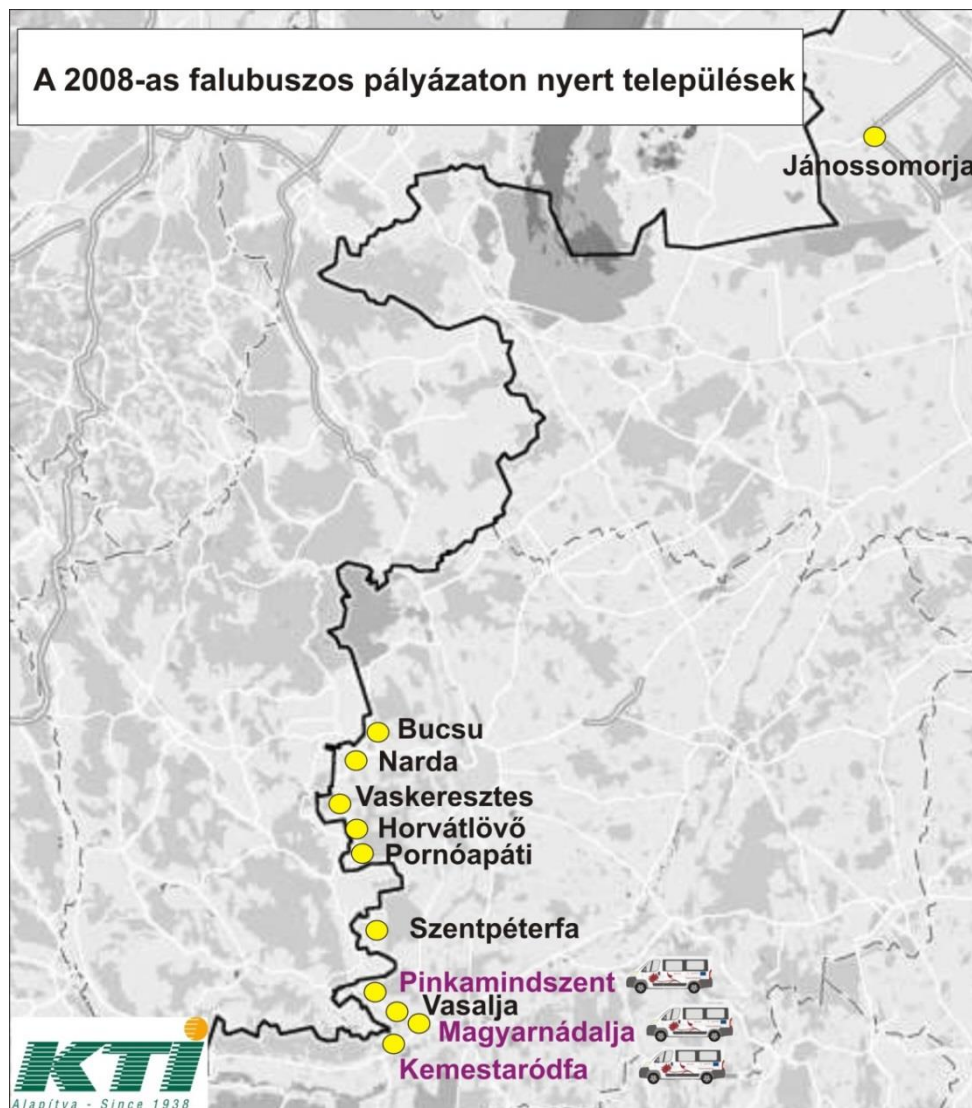
A szolgáltatás rendelkezésre állásának idejét a felhasználók igényei alapján kell meghatározni. Emellett tekintetbe kell venni, hogy az utazási célként igénybe vett szolgáltatásokhoz milyen időintervallumban lehet hozzáférni (pl. gyógyszertár, üzletközpont nyitva tartási ideje).

Eszközpark

A 10 érintett településből (

5. ábra) a 2008-as falubusz pályázaton a pinkamindszenti, a magyarnádaljai, valamint a kemestaródfai önkormányzatok vásároltak mikrobuszt. Ugyanekkor több mint 1.000, 2014-ben pedig további 500 önkormányzat, önkormányzati társulás vagy non-profit szervezet jutott falubuszhoz pályázati úton, így gyakorlatilag az ország minden második települése érintett lehet.

Fontos kritérium, hogy a pályázat megvalósítása során a falubuszokat fel kell szerelni GPS készülékekkel, annak érdekében, hogy a diszpécser számára nyomon követhető legyen a járművek aktuális helyzete.



5. ábra: A 2008-as pályázaton falubuszt elnyert települések (lila színnel) (forrás: KTI)

Humán erőforrás

Az önkormányzatok a falubuszok üzemeltetését legtöbb esetben a falugondnoki szolgáltatón belül oldják meg, ami egyben azt is jelenti, hogy csak az önkormányzat alkalmazásában álló sofőrrel lehet az utazásokat lebonyolítani. Erre a pozícióra a szükséges humán erőforrás kapacitás tehát már rendelkezésre áll. A diszpécserszolgálat azonban további képzett munkaerő bevonását igényli, a 2. számú üzleti modell ebből a szempontból költséghatékonyabb megoldást jelent.

Díjszabás

Az igényvezérelt falubusz szolgáltatás költségtérítésének összege meghaladhatja a közforgalmú közlekedésben alkalmazott díjszabást, hiszen többletszolgáltatást nyújt. Kiindulva a havi kb. 50.000 Ft-os üzemeltetési költségből és az 1.250 km-es futásteljesítményből, kb. 40 Ft költség esik minden megtett kilométerre. Fontos figyelembe venni a díjszabás kikalkulálásánál, hogy a pályázati úton vásárolt falubuszokból az 5 éves fenntartási időszak alatt nem származhat nyeresége az üzemeltető önkormányzatnak.

Diszpécsterszolgálat

Az igény szerinti közlekedés hatékony megszervezésének záloga a diszpécsterszolgálat kiépítése. A sofőr munkája közben nem tudja megfelelően kezelni a tömeges utazási igényeket, ez tőle nem is várható el. Emellett a diszpécserok professzionális ügyfélkezelése jelentősen növelheti a szolgáltatás népszerűségét. Amennyiben a második üzleti modell valósul meg, az üzemeltetők közös diszpécsterszolgálatot alakítanak, amely kiterjed a teljes szolgáltatási területre.

Az utasok telefonon jelzett igényeit a diszpécser gyűjti össze és ez alapján határozza meg a falubusz indulási és érkezési idejét, valamint útvonalát (amennyiben releváns).

Marketing és információ

A szolgáltatás ismertsége kulcskérdés. Minél többen szereznek tudomást róla, annál nagyobb lesz a járművek kihasználtsága. Fontos, hogy az utasok számára ismert legyen a rendelkezésre állás ideje, a kijelölt útvonalak és megállók (amennyiben vannak), valamint az esetleges árak. Az utazási igények fogadásánál természetesen korlátot jelent a mikrobuszok befogadóképessége.

Egy önkormányzat számára számos médium eleve rendelkezésre áll, melyekkel az szolgáltatás ismertsége növelhető. Ilyen eszköz például a faluújság, falu tv vagy a mozgó hangos bemondó. Az falubuszok üzemelésével kapcsolatos információkat fix, bárki által hozzáférhető módon is közzé kell tenni.

1.3.4. Példák

A falubuszok üzemeltetésének gyakorlata önkormányzatonként és településenként eltérő. Számos önkormányzat ingyenesen nyújt minden falubuszhoz kötődő szolgáltatást legyen szó közszolgáltatásokhoz történő hozzáférésről, sport vagy szabadidős tevékenységgel, bevásárlással kapcsolatos utazásról. Más önkormányzatok a szolgáltatások egy csoportját ingyenesen, másik csoportját pedig térítés ellenében nyújtják. Arra is található példa, hogy a megszokott szolgáltatási körön kívüli, például hivatásforgalmi célú utazások lebonyolítását is falubusz segítségével szervezi meg az önkormányzat. Jól működő rendszerre példaként szolgál hazánkban a gyermeki falubuszos szolgáltatás.

Falubusz használati szabályzata Gyermely községben

Térítési díjak:

Ingyenes: Az igénybevevő intézmény költsége a sofőr és az üzemanyag is. Önköltséges: A km-re eső üzemanyag költség, plusz a sofőr díjazása (bruttó 1.400.- Ft/óra).

Ingyenes (önkormányzati, illetve intézményi finanszírozású) szolgáltatások

- Idősek (öregségi nyugdíjas, leszállékolt nyugdíjas) szállítása, segítése, házi segítségnyújtás a házi gondozó elfoglaltsága esetén, a házi gondozó jelzése alapján lép szolgálatba a falubusz,
- Minden páros héten kedden a háziorvos javaslata alapján a Szent János Kórház rendelő intézetébe szállítás. Jelentkezés, előjegyzés felvétel a szociális gondozónál (előnyt élveznek a gyarmatpusztai, szeszgyári, szőlőhegyi betegek),
- Minden páratlan kedden zsámbéki bevásárlás (műszaki bolt, CBA), előnyt élveznek a gyarmatpusztai, szeszgyári, szőlőhegyi idősek,
- Óvodás és iskolás gyerekek szállítása (iskolatársulás tagjai részére), óvodások, iskolások szállítása szorgalmi időben, az iskola által szervezett szabadidős programokra, kulturális rendezvényre szállítás.

Önköltséges szolgáltatások:

- Nyugdíjas csoportok kirándulása, kulturális programokra szállítás.
- Nagycsaládok: legalább két nagycsalád által szervezett kirándulás, kulturális rendezvények, programok megtekintése.
- Civil szervezetek: közösségek által szervezett programokra szállítás, kölyök- és utánpótlás korosztály szállítása.
- Egyesített Szociális Intézmény: szervezett intézeti programokra szállítás.

1.3.5. Megvalósítás

Milyen mértékű részvétel mellett érdemes megvalósítani?

A falubuszok mérete és befogadóképessége jellemzően 9 fő (eddig vezethetők a járművek bárki által, „B” jogosítvánnyal). Meg kell azonban jegyezni, hogy minél több funkciót kell találni a járatoknak, hogy azok a lehető legnagyobb mértékben ki legyenek használva, hiszen a fix költségek (biztosítások, műszaki vizsga, és főleg az új beszerzésű járművek esetén az amortizációs költség), akkor is magasak, ha az önkormányzat nem vesz fel alkalmazásba külön erre a célra hivatásos sofőrt és a diszpécser.

Ennek megfelelően praktikusabb lehet, ha több szomszédos aprófalú (500 fő alatti kistelepülés) közös társulást hoz létre, és például 4 település (jelen esetben vehetjük Pinkamindszent, Vasalja,

Magyarnádalja és Kemestaródfa) közösen üzemeltet 1-2 falubuszt, amely mindegyikük rendelkezésre áll. Az üzemeltetendő járművek száma csökken, ugyanakkor egy ilyen rendszer működtetéséhez már valóban célszerű lehet alkalmazásba venni egy közös koordinátort, diszpécser, aki fogadja az összes településről befutó igényt, és ennek megfelelően diszponálja a járműveket és hozzájuk a beosztott járművezetőket (falugondnokot vagy az adott csoport egyik felelős tagját).

Nagyobb, 500-1500 fős települések akár már önállóan el tudnak látni elegendő feladattal egy falubuszt. A közel 1000 fős Szentpéterfán például már kettő jármű szolgálja a helyi lakosokat, egyik önkormányzati, másik pedig egyházi üzemeltetésben, és mindkettő megfelelő kihasználtsággal üzemel. Ha az adott település vezetése és lakosai kellőképpen motiváltak, és elhárulnak a jelenleg még sok helyütt fennálló bürokratikus akadályok, elegendő funkciót lehet találni a járatoknak, és jó kihasználtsággal lehet azokat üzemeltetni.

Ki a felelős végrehajtó?

A felelős végrehajtó a falubusz tulajdonosi jogát gyakorló szervezet: a települési önkormányzat vagy non-profit szervezet.

Hogyan hajtjuk végre?

Az előkészítési fázisban meghatározott kérdések megválaszolása után léphet a projekt a tervezés fázisába. Érdemes figyelembe venni az eddig megvalósult rendszereket, példát meríteni a magyar és az osztrák megoldásokból.

A falubuszok által betölthető a közösségi közlekedésben az az űr, amelyet a közforgalmú közlekedés rugalmatlanságából fakadóan nem tud ellátni. Kisebb közösségek esetén ugyanis számos olyan utazási igény merülhet fel, amelyek ellátását hagyományos közösségi közlekedési módokkal nem lehet hatékonyan elvégezni. Ezen okból kifolyólag a kisebb településeknek érdemes pályázniuk falubusz elnyerésére.

Aprófalvak esetében több kistelepülésnek célszerű összefognia, és akár egy közös non-profit üzemeltető vállalat létrehozásával pályázni falubuszok beszerzésére. 500-1500 fő közötti lélekszámú települések azonban akár már önállóan elláthatnak elegendő feladattal egy járművet. A pályázáskor fontos, hogy lehetőleg olyan kapacitású jármű beszerzése legyen cél, amely rövid- és középtávon is hatékonyan szolgálja ki a lakosokat, figyelembe véve, hogy napjainkban 9 főtől 20 főig nagyon széles a járművek választéka, befogadóképesség (és persze más paraméterek) alapján.

Mivel üzemeltetési szempontból gyakorlatilag nincs jelentős különbség az egyes mikro- és minibuszok között, a rendelkezésre álló forrásoknak megfelelően célszerű minél nagyobb befogadóképességű buszt vásárolni, így társas utazások annál hatékonyabbak lesznek, amelyet az utasok elsősorban a költségek csökkenésén fognak észrevenni, míg a környezet számára a károsanyag-kibocsátás jelentős mérséklése könnyvelhető el pozitív hatásként.

A beszerzett jármű fenntartási költségei havi szinten kb. 50 ezer forintra tehetők (napi átlagos 50 km futást feltételezve). Amikor pedig nem betegeket, időseket vagy gyerekeket kell szállítani, hanem olyan csoport használja a buszt, amelyben van „B” kategóriás jogosítvánnyal rendelkező, megbízható személy, akkor ő vezetheti a járművet, és nem az önkormányzati közalkalmazottnak kell azt munkaidejében megtennie.

A falubusz kiváló eszköze lehet arra is, hogy kisebb-nagyobb csoportok közösen menjenek nagybevásárlást intézni, akár kirándulással egybekötve.

2. REGIONÁLIS AJÁNLÁSOK

A regionális szintű ajánlásokat a nagybevásárlások kapcsán keletkező közlekedési igények környezettudatos kielégítésére dolgoztuk ki. A kisbevásárlásokkal ellentétben a nagybevásárlásoknál már a napi szükségleteken kívül előkerülnek olyan igények is, melyre helyben nem lehetséges gazdasági racionalitás határain belül választ adni, ezért – mint ahogyan azt a kérdőíves felmérések is mutatták – a nagybevásárlások szinte kizárólag a legközelebbi város szupermarketében történnek meg, illetve vannak, akik a határon átkelve találják meg a kívánságaiknak megfelelő terméket. A Smashmob kikérdezések tervezésénél az volt a koncepciónk, hogy a környezetbarát vásárlási közlekedés kulcsa a közforgalmú közlekedés megismertetése, színvonalának javítása, így a feltett kérdések - és természetesen a rájuk kapott válaszok is – ezt tükrözik. A felmérések alapján azonban a nagybevásárlásokhoz kapcsolódó utazások több mint 90%-ban személygépjárművel történnek (egyébként az országos adatfelvételek is hasonló arányt mutatnak, sőt, kijelenthető, hogy a vásárlási célú utazások jelentik a legmagasabb szinten motorizált utazási indokot). A nagyobb bevásárlóközpontok parkolóiban kapott válaszok alapján a megkérdezettek mintegy negyede, harmada fontolja meg a közforgalmú közlekedési mód választását, megfelelő feltételek teljesülése esetén. E megfontolás eredménye azonban tapasztalataink szerint általában nagyon alacsony szintű szokásváltozás: az emberek nem szeretnek változtatni a bevált viselkedési mintáikon és talán még ennyire sem szeretnek kiszállni az autójukból. Ezt mutatja az a tény is, hogy bár jelentékeny részük hajlandó lenne használni a közforgalmú közlekedést, de csak kevés vásárló (17%) tud arról, hogy az adott bevásárlóközpont hogyan közelíthető meg busszal vagy vonattal. Egészében tehát a nagybevásárlások környezet-barátabbá tételének valódi kulcsa vagy a mindenképpen használt személygépkocsi közlekedés módjának megváltoztatása, vagy a háztartási logisztika alapvető megváltoztatása.

Mint ahogyan a kisbevásárlásoknál, itt is alapvetően kétféle megközelítést alkalmazva foglalmaztuk meg az ajánlásainkat. Az egyik koncepció a terméket juttatná el a vásárlóhoz (házhozszállítás), míg a másik megoldás a vásárlót juttatja el a termékhez úgy, hogy közben a környezet terhelése csökken a mai állapotokhoz képest (például: telekocsi rendszer). A határmenti térségben a turizmus kiemelt helyen szerepel mind gazdasági, mind közlekedési szempontból. Ezen felbuzdulva, valamint hogy az egyéni gépjárműhasználatot mérsékelhessük, olyan ajánlást is megfogalmaztunk, amely plusz programmal, hozzáadott szolgáltatással tereli át a személygépkocsiról a hatékonyabban használható kisbuszra a vásárlókat. A közlekedésen felüli plusz szolgáltatásokra pedig a turizmus széles spektruma kínál lehetőségeket, melyeket a Turizmussal egybekötött nagybevásárlás című fejezetben tárgyalunk. Ugyanakkor arra is gondoltunk, hogy ha semmiképpen nem sikerül az egyéni gépjárműhasználatról átcsábítani a vásárlókat valamilyen kevésbé környezetterhelő közlekedési módra, akkor legalább az itt összeállított útmutatás alapján a gépjárműhasználók helyes közlekedési magatartást követve járuljanak hozzá az erőforrások ésszerűbb és kevésbé pazarló felhasználásához és ezáltal a környezet fölösleges terhelésének csökkentéséhez.

2.1. Házhozszállítás

2.1.1. Definíció

Nagybevásárlás – nagyobb bevásárlás: olyan bevásárlás, amely heti vagy ritkább rendszerességgel lebonyolított, nem kizárólag a napi fogyasztási cikkek megvásárlására irányuló, beszerzést jelenti.

Házhozszállítás – otthonról végezhető árubeszerzés: a kereskedő vagy áruházlánc egy arra alkalmas jármű segítségével juttatja el a megadott címre a végfelhasználóhoz az előzetesen kiválasztott árut, terméket.

Főbb jellemzők

- A nagybevásárlási igényeket elégíti ki egyéni vagy családi szinten – a megadott címre szállít ki, egy előre egyeztetett időszámban, mindenki számára elérhető, aki rendelkezik internet hozzáféréssel,
- megkötések nélkül az arra alkalmas járművel végezhető (áruszállító kistehergépkocsi),
- gazdasági, társadalmi és környezetvédelmi célkitűzéseknek és normáknak is megfelel,
- szabad eljutás biztosítása az előzetesen megadott konkrét helyszínre.

Célközönség

Elsősorban háztartások, magánfelhasználók (a 18 éven felüli korosztály a jogi irányelvek miatt) és cégek részére egyaránt elérhető kényelmi szolgáltatás, akik ezáltal kevesebbszer veszik igénybe saját járműveiket. Elsősorban kényelmi szolgáltatás azok részére, akik valamilyen ok miatt nem tudnak, vagy nem akarnak elmenni otthonról, de hajlandóak és képesek megfizetni a házhozszállítás árát. Alapvető feltétel, hogy az adott területen rendelkezésre álljon ez a szolgáltatás.

A célcsoport potenciális méretét egy kiválasztott területre meghatározni bonyolult és időigényes feladat. A szolgáltatást várhatóan egy olyan áruházlánc (pl. TESCO) fogja majd kiterjeszteni a vizsgált területre, aki már több évtizedes tapasztalatokkal rendelkezik e téren. Egy ilyen méretű és tudású cég, amelyik más területen (Budapest, Szeged környéke) már rendelkezik tapasztalatokkal, nagyon összetett, számos saját adaton nyugvó, üzleti stratégiájába illeszkedő módon tervezi meg a saját szolgáltatásainak bővítését. Ennek módja az adott cég üzlet- és marketingpolitikájának része, külső felhasználó részére ezen információk nem hozzáférhetők. A cég saját maga fogja meghatározni a célközönség méretét, nagy valószínűséggel egy nagyvárosi agglomeráció településeinek háztartásai jöhetnek szóba.

A jelenleg kiszolgált térség településeinek lakosságszámát és a háztartások számát (jelenlegi potenciális vásárlók köre), az internet előfizetések számát, valamint a lefedett területek nagyságát a 6. táblázat és a 7. táblázat mutatja be.

Település neve	Lakosság száma	Háztartások száma (lakásállomány)	Internet előfizetések száma	Település mérete (km ²)
Albertirsa	12209	4942	2285	72,96
Alsónémedi	5192	2122	942	49,07
Biatorbágy	12723	4809	2955	44,12
Budajenő	1833	611	449	12,42
Budakalász	10630	3918	2604	15,17
Budakeszi	13724	5582	3428	37,1
Budapest összesen	1744665	908247	622413	525,24
Budaörs	27655	10876	8307	23,59
Csobánka	3161	1087	677	22,76
Csömör	9124	3347	2686	22,7
Dabas	16588	6635	3270	165,99
Diósd	9348	3653	2525	5,75
Dunaharaszti	20619	7969	5082	29,17
Dunakeszi	41183	17051	11786	31,06
Ecser	3598	1510	991	13,1
Érd	63294	24081	15098	60,54
Felsőpakony	3320	1199	606	15,33
Fót	18962	7137	5794	37,4
Göd	18005	7000	6202	22,24
Gödöllő	32588	12666	10810	61,92
Gyál	22886	8149	5394	24,93
Gyömrő	16763	5954	3829	26,51
Halásztelek	9305	3628	2070	8,64
Herceghalom	2234	895	302	7,34
Kerepes	9877	3738	2769	24,08
Kistarcsa	12045	4629	3570	11,02
Leányfalu	3472	1394	934	15,37
Maglód	11892	4391	2949	22,37
Monor	17831	6769	3632	46,79
Nagykovács	7021	2604	1867	30,01
Nagytarcsa	3985	1548	1122	12,14
Ócsa	9166	3477	1402	81,66
Páty	7013	2455	1635	39,3
Pécel	15216	5544	3841	43,63
Péteri	2187	824	504	11,89
Pilis	11493	4520	1793	47,35
Pilisborosjenő	3510	1329	842	9,27

Piliszentiván	4167	1613	920	8,12
Pilisvörösvár	13885	4909	2798	24,3
Pomáz	16451	6130	3701	49,03
Remeteszőlős	763	310	246	0,56
Solymár	10049	3782	2455	17,86
Sóskút	3157	1224	619	27,67
Szada	4745	1737	1021	16,72
Százhalombatta	9783	7590	5548	28,06
Szentendre	13448	10256	7234	43,82
Szigethalom	8639	6163	3456	9,12
Szigetszentmiklós	18191	14636	9354	45,65
Tárnok	4594	3383	1986	23,6
Telki	1909	1241	981	10,47
Tököl	5216	4024	2015	38,49
Törökbálint	6829	4735	3146	29,4
Üllő	5997	4352	2699	48,1
Üröm	3707	2656	1842	6,66
Vecsés	10626	8140	5580	36,17
Veresegyház	8628	5983	4883	28,56
Zsámbék	2699	1828	1221	33,66
Etyek	2133	1581	857	53,27
Martonvásár	2907	2109	1352	31,25
Ráckeresztúr	1654	1282	594	35,3

6. táblázat: Budapest és környékén ellátott települések jellemző adatai (forrás: KSH adatok)

Település neve	Lakosság száma	Háztartások száma (lakásállomány)	Internet előfizetések száma	Település mérete (km ²)
Algyő	5066	2077	1299	75,77
Balástya	3445	1890	491	110
Bordány	3267	1482	529	36,48
Deszk	3442	1333	791	52,05
Dóc	714	301	74	49,43
Domaszék	4880	2009	639	52,15
Ferencszállás	610	269	107	5,79
Forráskút	2287	1007	314	36,67
Hódmezővásárhely	45207	20210	9875	487,98
Kistelek	7095	3388	1307	69,19
Kiszombor	3875	1621	617	65,81
Klárafalva	477	201	77	9,1

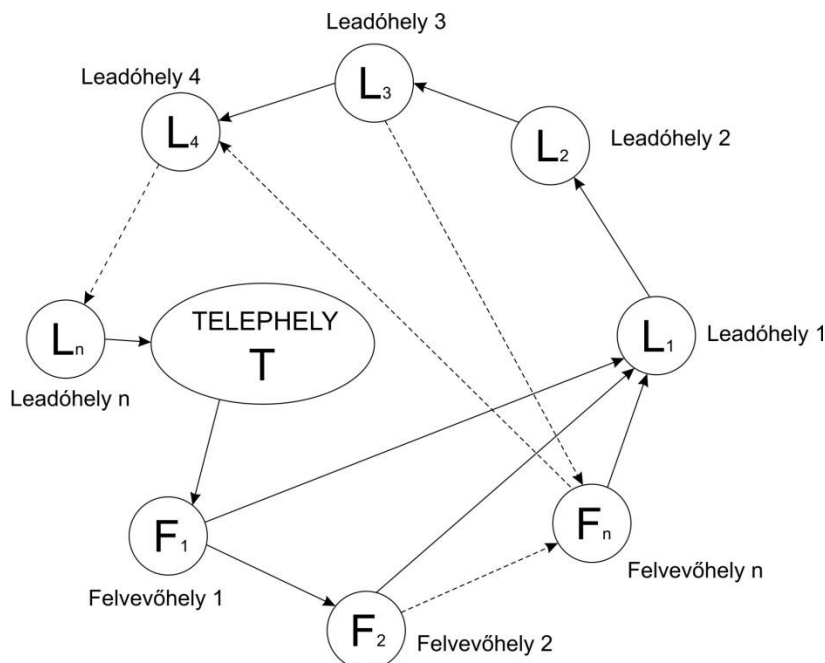
Makó	23100	11274	5472	229,23
Maroslelle	2078	937	349	46,56
Mártély	1279	571	204	36,45
Mórahalom	5872	2698	1068	83,14
Ópusztaszer	2251	896	202	59,5
Röszke	3145	1399	472	36,63
Sándorfalva	7804	3273	1531	55,77
Szatymaz	4626	2295	724	53,72
Szeged	161921	80491	53089	281
Tiszasziget	1745	640	287	26,88
Újszentiván	1912	621	332	15,49
Zákányszék	2670	1434	367	66,07
Zsombó	3358	1397	640	26,89

7. táblázat: Szeged és környékén ellátott települések jellemző adatai (forrás: KSH adatok)

A házhozszállítás szerepe a vásárlási mobilitás környezettudatosabbá tételében

A kiszállító járművek útvonalát mindig az adott járatra beosztott igényeknek megfelelően a hatékonyság (gazdaságos üzemanyag-felhasználás - legrövidebb útvonal) figyelembe vételével tervezik meg, így a terítő járat¹² (6. ábra) környezetterhelése kisebb mértékű lesz, mintha az egyének egyenként, saját maguk bonyolítanák le a vásárlásaikat.

¹² Terítőjárat: A földrajzilag egymáshoz közel eső rendeltetési helyre továbbítandó rendszerint kisebb mennyiségű termékeket egy fuvarszkózzal, előre meghatározott útvonalon, előre meghatározott lerakodási sorrendben továbbítjuk. Az ilyen árutovábbítást végző jármű a térítőjárat. (forrás: [7])



6. ábra: A terítőjárat folyamatábrája (forrás: saját szerkesztés)

2.1.2. Előkészítő fázis

Miért szeretnénk megvalósítani ezt az ajánlást, szolgáltatást?

Az ún. háztól-házig kiterjesztett szolgáltatással egyszerre lehet kielégíteni a vásárlók kényelmi igényeit és szükségleteit. Elsősorban pénztakarékos, időzíthető szolgáltatás, azok is igénybe tudják venni, akik nem rendelkeznek személyautóval vagy mozgásukban korlátozottak. Szélesebb választékhoz biztosít hozzáférést a helyi kisbolttal szemben és időmegtakarítást is nyújt. A járatok egy időszámba való összehangolása pedig kisebb terhelést ró a környezetre.

A fogyasztói szinten vett megtérülés mértéke (költségek, idő) függ a háztartás és a bevásárlóközpont távolságától és az igénybe vett jármű üzemeltetési költségeitől is. Időben megtakarítható az oda-vissza út ideje, a bevásárlóközpontban és a parkolóhely kereséssel, pakolással eltöltött idő. A házhozszállítós vásárlás esetében a vásárlással eltöltött idő csak az otthoni internetes termékválasztás és megrendelés idejét öleli fel.

A személygépkocsival történő nagybevásárlás esetében költségek várható mértéke a kiválasztott mintaterületre vonatkozóan például egy Pornóapáti – Szombathely, TESCO oda-vissza relációt tekintve, mely távolság 33 km (40 perc utazás + 10 perc pakolás, parkolóhely keresés + 120 perc nagybevásárlás), egy átlagos személygépkocsival számolva (üzemeltetési költség 40 Ft km-enként), a költség nagyjából 1320 Ft-ra (és közel három órára) jön ki. A házhozszállítás igénybevétele esetén ezen költségek nagy része megtakarítható, hiszen a szolgáltatás meghatározott díját ugyan ki kell fizetnie a fogyasztónak, de a szolgáltatás igénybevétele fejében további kedvezményeket kap (vásárlási kupon formájában, melyet levásárolhat akár egy újabb

otthoni vásárlásnál is), így összességében a vásárlásra fordított idő jelentős csökkenésén túl a bevásárlás költségei is csökkenhetnek.

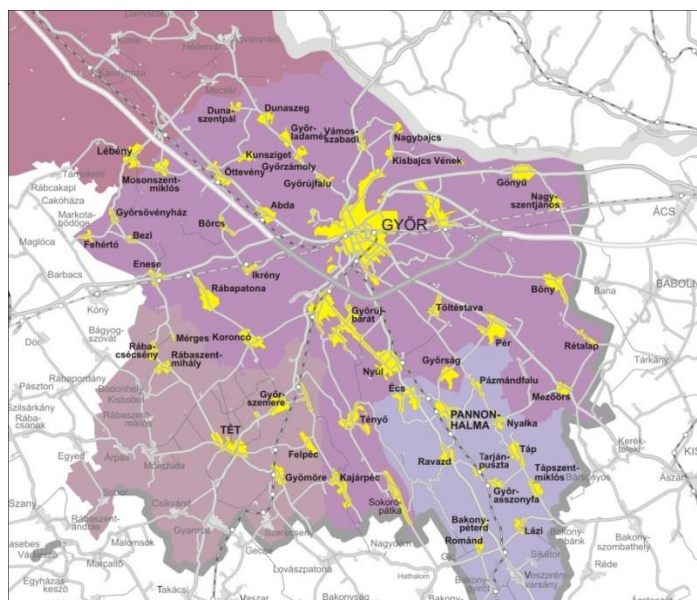
Milyen célokat szolgál?

A házhozszállítás, mint lehetőség bevezetése vagy a szolgáltatási terület kibővítése a nagybevásárlások esetében keletkező környezetterhelés csökkentését szolgálja a jelenleg széles körben elterjedt gépjárműhasználat számának redukálásával.

Milyen mértékű részvétel mellett érdemes megvalósítani?

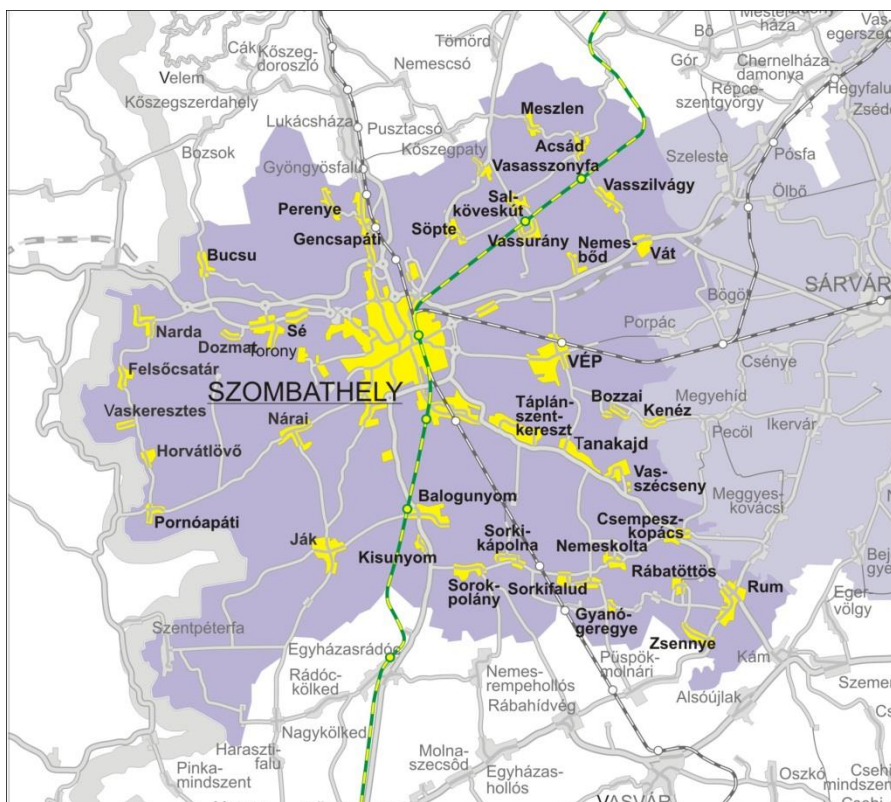
Ez a szolgáltatást alapvetően egy üzleti vállalkozás nyújtja, így a vásárlók részéről felmerülő fizetőképesség kereslet és a szolgáltató által meghatározott üzleti- és piaci célok határozzák meg az igénybe vevők számát. Az igénybevevők részéről internet hozzáférés szükséges, míg a szolgáltató részéről a megfelelő járműpark beszerzése számít alapvető feltételnek, de minden egyes olyan út melyet a vásárlók megtakarítanak, nyereséggént könyvelhető el.

Az előzőekben ismertetett okok miatt (célközönség ismertetése pontban leírtak) nem ismer(het)jük a TESCO áruházlánc lehetőségeit és forrásait, éppen nehéz lenne azt megmondani, még a jelenleg működő területek adatainak ismeretében is, hogy mekkora területnagyságtól, igénybevevő háztartásszámtól éri meg a cégnek a házhozszállítás-szolgáltatást beindítani, üzemeltetni (az üzletpolitika sajátosságainak függvénye). A TESCO házhozszállítás-szolgáltatása által jelenleg kiszolgált, Budapest és Szeged (9. ábra és 10. ábra), majd hamarosan, Győr és vonzáskörzetében (8. ábra) az érintett területen belül bármelyik háztartás lehet potenciális vásárló.



7. ábra: A TESCO Online Vásárlással ellátható, feltételeken kijelölt terület Győr környékén (forrás: TESCO)

A TESCO részéről esetlegesen a későbbiekben megvalósuló szolgáltatási terület-bővítés esetén a felmért területen belül Szombathelyen és a kiválasztott agglomerációjában (8. ábra) is közvetlenül több mint 30 ezer háztartáshoz juthatna el a házhozszállítás-szolgáltatás (internet-előfizetéssel rendelkezők).



8. ábra: A TESCO Online Vásárlással ellátható, feltételesen kijelölt terület Szombathely környékén (forrás: TESCO)

A várható szolgáltatás-bővítés térségének települési lakosságát és a háztartások számát (várható potenciális vásárló köre), az internet előfizetések számát, valamint a lefedett területek nagyságát a következő két táblázat (8. táblázat és 9. táblázat) mutatja be.

Település neve	Lakosság	Háztartások száma	Internet	Település
----------------	----------	-------------------	----------	-----------

	száma	(lakásállomány)	előfizetések száma	mérete (km ²)
Abda	3085	1135	756	19,02
Bezi	514	205	118	11,22
Bőny	2165	791	341	50,42
Börcs	1288	450	249	12,76
Dunaszeg	1979	698	433	17,26
Dunaszentpál	734	262	151	9,81
Enese	1749	615	401	19,9
Fehértó	486	223	100	11,38
Gönyű	3051	1147	663	21,63
Győr	128902	58226	40373	174,62
Győrladamér	1660	552	383	8,61
Gyórság	1465	586	260	8,2
Gyórsövényház	772	320	163	24,21
Győrújbarát	6173	2231	1468	33,61
Győrújfalú	1690	631	422	7,37
Győrzámoly	2558	859	611	26,39
Ikrény	1788	609	390	15,58
Kajárpéc	1284	573	132	31,89
Kisbajcs	866	283	182	8,74
Koronc	2058	723	435	26,9
Kunsziget	1233	453	251	17,86
Mezőörs	951	342	185	48,47
Mosonszentmiklós	2384	949	486	30,71
Nagybajcs	951	376	201	7,65
Nagyszentjános	1792	623	334	30,3
Nyúl	4256	1610	880	25,14
Öttevény	2974	1076	650	23,65
Pér	2363	974	406	31,49
Rábapatona	2471	951	551	39,74
Rétalap	552	215	76	13,2
Sokorópátka	1106	476	231	16,85
Tényő	1540	700	336	26,38
Töltéstava	2272	631	384	23,17
Vámosszabadi	1630	563	413	22,37
Vének	170	79	16	6,89
Felpéc	841	364	121	22,47
Gyömöre	1214	514	125	20,49
Győrszemere	3284	1169	544	33,1
Mérges	79	53	15	6,51
Rábaszécsény	593	245	118	15,68
Rábaszentmihály	495	199	99	10,97
Tét	3994	1483	677	56,35

Bakonypéterd	283	126	36	10,02
Écs	1875	732	417	19,85
Győrasszonyfa	499	201	46	6,48
Lázi	562	234	84	16,78
Nyalka	435	198	86	12,86
Pannonhalma	3925	1302	663	29,58
Pázmándfalva	969	423	161	19,39
Ravaszd	1216	475	266	28,54
Románd	311	144	56	9,86
Táp	738	297	62	19,88
Tápszentmiklós	978	344	190	20,75
Tarjánpuszta	399	145	45	8,44
Lébény	3137	1244	711	81,39
Összesen:	216739	91029	57953	

8. táblázat: Győr és a kiválasztott környéki települések jellemző adatai (forrás: KSH adatok)

Település neve	Lakosság száma	Háztartások száma (lakásállomány)	Internet előfizetések száma	Település mérete (km ²)
Acsád	572	183	96	14,34
Balogunyom	1124	422	202	12,12
Bozzai	320	120	65	4,43
Bucsu	558	212	20	16,54
Csempeszkopács	280	118	65	5,4
Dozmat	222	94	23	8,54
Felsőcsatár	496	186	22	17,9
Gencsapáti	2724	937	592	22,39
Gyanógeregye	144	64	6	7,07
Horvátlovó	193	75	32	6,16
Ják	2603	933	402	44,95
Kisunyom	432	180	57	10
Meszlen	212	96	53	12,02
Nárai	1241	460	264	15,99
Narda	466	194	20	10,35
Nemesbőd	619	251	129	9,14
Nemeskolta	346	138	48	7,34
Perenye	647	233	136	16,22
Pornóapáti	395	142	76	15,14
Rábatöttös	218	122	27	6,48
Rum	1202	462	227	16,85
Salköveskút	466	188	91	13,2
Sé	1347	470	316	6,03
Sorkifalud	655	263	40	17,37

Sorkikápolna	238	106	22	8,86
Sorokpolány	834	279	65	13,29
Söpte	747	272	nincs adat	13,98
Szombathely	77566	34359	20896	97,5
Tanakajd	705	269	155	11,82
Táplánszentkereszt	2563	857	381	20,08
Torony	1924	688	511	12,83
Vasasszonyfa	379	157	72	10,65
Vaskeresztes	377	136	54	9,12
Vassurány	814	280	171	10,09
Vasszécseny	1331	486	292	17,95
Vasszilvagy	370	168	61	11,8
Vát	659	252	142	23,27
Vép	3311	1167	706	32,89
Zsennye	95	60	15	5,02
Kenéz	272	111	98	7,17
Összesen:	109667	46190	26650	

9. táblázat: Szombathely és a kiválasztott környéki települések jellemző adatai (forrás: KSH adatok)

Ki a felelős végrehajtó?

A házhozszállítás szolgáltatás során lebonyolódó kiszállítás megszervezése és a járatok üzemeltetése, üzemben tartása a szolgáltató vagy az árut értékesítő-forgalmazó áruházlánc feladata.

Hogyan hajtjuk végre?

Felhívjuk a vásárlók figyelmét a szolgáltatás igénybe vételének lehetőségeire az adott körzetben (hirdetményben, internetes felületen, reklámokban stb.) és a feladat ellátásához szükséges hatósági engedélyek beszerzését követően elindítható a termékek házhozszállítási feladatainak ellátása. Célszerű az áruházlánc boltjának vonzáskörzetébe tartozó összes település területén megvizsgálni lehetőségeket, így a terítő járatokra kibocsátott járművek száma optimalizálható az ellátott területek nagyságának függvényében.

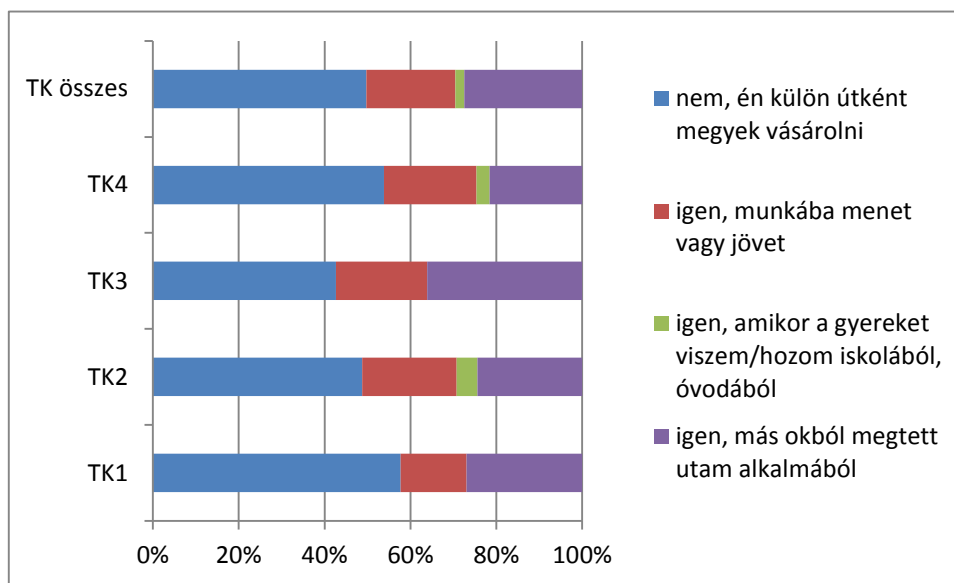
2.1.3. Tervezési fázis

A tervezés teljes egészében a szolgáltatást nyújtó áruházlánc feladata.

A felmérések eredményei

A bevásárlóközponti kikérdezések során kiderült, hogy a megkérdezettek bizonyos százaléka (magyar válaszadók 3-12%-a, míg az osztrák válaszadók 8-21%-a) közforgalmú közlekedéssel bonyolítaná le vásárlásait (azaz hajlandó lenne otthon hagyni a személygépkocsiját), ha az áruházlánc házhoz szállítaná részére a megvásárolt termékeket.¹³

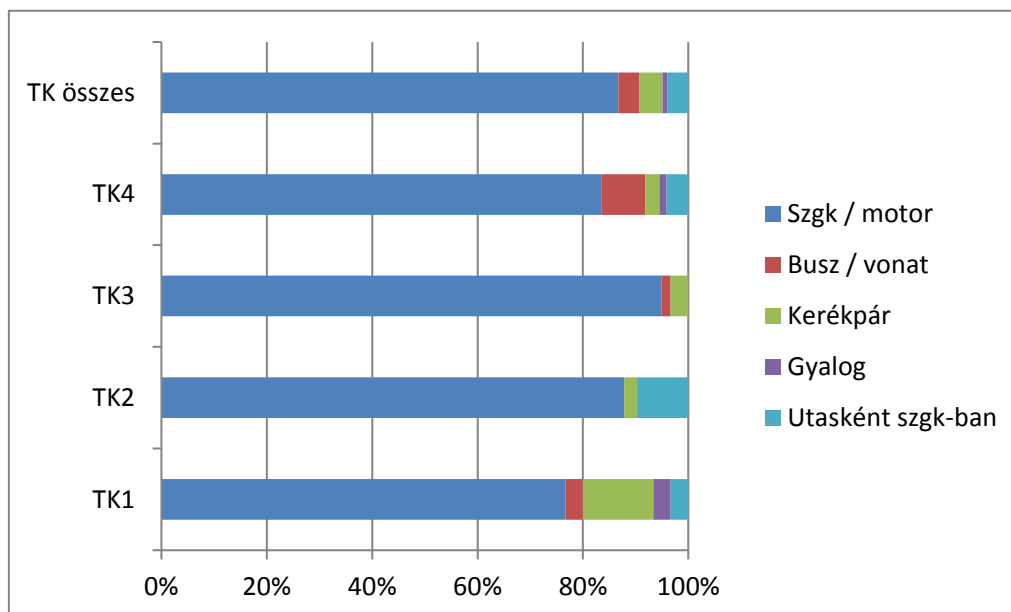
A háztartásfelvétel adatai szerint, ahol a vásárlással egybekötött utazásokra kérdeztünk rá (4. diagram) kiderült, hogy a megkérdezettek fele külön útként bonyolítja le nagybevásárlását. A házhozszállítás szolgáltatás használata az ő esetükben jelenthet jelentős mértékű költségmegtakarítást.



4. diagram: Nagybevásárlásait más célból megtett útjaival összeköti? (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014-15)

További potenciált jelenthetnek még azok a válaszadók is, akik a nagybevásárlásaikat leggyakrabban személygépkocsival bonyolítják le (a négy vizsgált településosztályban 86,7 % - 5. diagram). Közülük a legtöbben az igénybevett közlekedési mód miattjére vonatkozó kérdéskörben válaszként jellemzően a gyorsaságot és a kényelmet jelölték meg okként.

¹³ Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.3 Utazási szokások



5. diagram: Nagybevásárlásokhoz használt közlekedési módok eloszlása a vizsgált település
 klaszterekben (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység)
 kérdőíves kutatás, 2014-15)¹⁴

A bevásárlóközpontokban végzett felmérésből kiderül, hogy a házhozszállítási szolgáltatásra Szombathelyen mutatkozna is igény. Az utazási feltételeket vizsgáló kérdésben a 3. leggyakoribb válasz a közösségi közlekedés használatának hajlandóságát mutatja a vásárlók részéről, abban az esetben, ha a vásárlás után nem nekik kell hazavinniük a termékeket, hanem a bolt házhoz szállítja azokat. A kérdés alapvetően a bevásárlóközpontba való eljutás módjára világít rá, ugyanakkor a válaszokból következtethetünk arra is, hogy a házhozszállításra mutatkozik számottevő igény (10. táblázat).

¹⁴ Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.3 Utazási szokások

	Oberwart	Parndorf	Mosonmagyaróvár	Szombathely	Zalaegerszeg
Közforgalmú (közösségi) közlekedéssel (busz, vonat)	21,6%	32,0%	24,2%	25,4%	11,1%
Különjáratú busszal (pl. a vasútállomástól a bevásárlóközpontig)	10,8%	5,3%	6,1%	4,1%	0,0%
Autómegosztással	2,0%	4,0%	15,9%	6,6%	0,0%
Használja a közforgalmú közlekedést, ha a vásárolt terméket a bolt hához szállítaná	2,9%	12,0%	8,3%	21,3%	11,1%
Mindenképpen autóval közlekedik	62,7%	46,7%	45,5%	42,6%	77,8%

10. táblázat: A megfelelő feltételek mellett utazna-e más módon (osztrák oldalon magyar, a magyar oldalon osztrák kikérdezettek válaszai alapján)? (forrás: Smashmob felmérés, 2014-15)¹⁵

A bevásárlóközponti felmérési eredmények tükrében összességében megállapítható, hogy a vizsgált bevásárlóközpontokat (osztrák oldalon Parndorf és Oberwart, míg magyar oldalon Mosonmagyaróvár, Szombathely és Zalaegerszeg) igénybevevő vásárlók körében mutatkozik némi hajlandóság a házhozszállítással lebonyolítható vásárlás százalékos arányának növelésére a nagybevásárlások esetében, ha ez kedvező házhozszállítási feltételeket garantál számukra.

A felhasználók elvárásai

Alaphelyzetben a vásárlók elvárásai nem térnek el nagymértékben egy normál, üzleti alapon működő kis- és nagykereskedelmi üzletben működő szolgáltatással szemben támasztott követelményektől. Fontos elvárás a termék származási helyének ismerete is és a termék frissessége is. Ugyanakkor ez egyértelműen bizalmi kapcsolat, hiszen az árut a vásárló kevésbé tudja ellenőrizni vagy helyettesíteni.

A célközönség meghatározása és bevonásának módja

Egy nagyobb város vagy település vonzáskörzetében megtalálható települések teljes lakossága célközönségnek számít a házhozszállítást-szolgáltatást nyújtó áruházak és hipermarketek számára.

¹⁵ Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.3 Utazási szokások

A szolgáltatás célközönsége általában a magasabb jövedelmi viszonyokkal rendelkezők köre, akik rendelkeznek internet előfizetéssel (otthoni, mobil) és otthonosan mozognak az internet világában, ezért ez a megállapítás valamennyire leszűkíti az igénybe vevő háztartások körét, azaz a fizetőképes keresletet (11. táblázat).

Területi egység	Egy főre jutó bruttó hazai termék a teljes megyére, ezer Ft	Internet előfizetések száma (csak a kiválasztott települések adatai)
Budapest	6 286	622 413
Pest	2 394	186 657
Fejér	2 698	2 803
Csongrád	2 154	80 857
Győr-Moson-Sopron	3 329	57 953
Vas	2 713	17 580
Ország összesen	2 878	2 407 607

11. táblázat: A jelenleg kiszolgált és a szolgáltatásbővítésbe bevonni tervezett települések megyei szintű, egy főre jutó hazai termék (GDP) adatai (forrás: KSH, 2012, 2013)

A célközönség figyelmének felkeltése a profitorientált és jelentős marketinglehetőséggel bíró áruházlánc feladata. Egy olyan cég, mely egy ilyen szolgáltatást üzemeltetni tud, mint például a TESCO, olyan marketinggel rendelkezik, melynek működési elvét és folyamatait nehéz lenne részletesen megvizsgálni. TV-csatornákon reklámidőt tud vásárolni, reklámfelületeket tud bérelni, gyakorlatilag a teljes marketing paletta rendelkezésére áll.

Szolgáltatási terület	Lakosság (csak a szolgáltatással érintett települések adatai)	Háztartások száma (csak a szolgáltatással érintett települések adatai)	Internet előfizetések száma (csak a szolgáltatással érintett települések adatai)
Budapest és környéke	2394494	1195954	811873
Szeged és környéke	302126	143714	80857
Győr és környéke (tervezett)	216739	91029	57953
Szombathely és környéke (javasolt)	109667	46190	26650

12. táblázat: A jelenleg kiszolgált és a szolgáltatásbővítésbe bevonni tervezett települések adatai (forrás: KSH, 2012, 2013)

Stakeholderek meghatározása

Érintettek a helyi lakosok és a házhozszállítást végző cégek.

Döntéshozók azonosítása

A házhozszállítással is foglalkozó szolgáltatók, áruházláncok, hipermarketek.

Üzleti modell

A házhozszállítás lehetősége az adott áruházlánc üzleti modelljébe szorosan illeszkedik, minden szolgáltató esetében eltérő irányelvek alapján valósulnak meg, de alapvetően a következő feltételeknek kell megfelelnie:

- összehangolt üzemeltetési folyamatoknak kell megfelelnie,
- az üzemeltető 100%-ban felelős a működésért és a kiszállítás minőségéért,
- a szolgáltatás a felhasználó számára költségtérítéses,
- a felhasználó közvetlenül a kiszállítást végző alkalmazottal kerül személyes kapcsolatba.

A TESCO vásárlásonként ad egy kupont, melyet on-line vásárlásra is fel lehet használni (a kapott kupon értéke fedezi a kiszállítás költségét is), a házhozszállítás feltételrendszerében így ráfordított összköltség tekintetében jobban jön ki a vásárló, (ráadásul még az üzemanyagköltséget is megspórolja).

Összefoglalva jobb feltételeket biztosít a házhozszállítás (10 eFt otthoni vásárlás után 1000 Ft-os értékű kupon ad, az áruházi 500 Ft-os kupon helyett), a szolgáltatás igénybe vételével több szempontból is jobban megéri a vevőnek a beszerezni kívánt termékeket házhoz szállíttatni.

Egy átlagos nagybevásárlás feltételezhetően 2-3 órát vesz igénybe, mely tartalmazza a bevásárolni kívánt termékek összeírását, az utazást (oda-vissza), a parkolóhely keresés idejét (10 perc), a bevásárlást, a beszerzett termékek elpakolását (egyéni tapasztalatok alapján). Ezzel szemben az internetes házhozszállítás-vásárlás időszükséglete mindösszesen 30 perc (összeírás, elpakolás). A köztes idő jól érzékelhető megtakarításként jelenik meg, hasonlóan az el nem használt üzemanyag és amortizáció költségéhez.

Ha 360 Ft körüli átlagos benzinárral kalkulálunk, és 1001-1500 cm³ közötti hengerűrtartalmú járművel számolunk (amelynek fogyasztási átalányértéke 8,6 l/100 km), akkor km-enként 39,96 Ft-os üzemeltetési díjat kapunk, amelyet érdemes 40 Ft-ra felkerekíteni.

Ezek alapján, ha egy Pornóapáti-Szombathely útvonalat veszünk, akkor oda-vissza mintegy 33 km úttal számolva az utazás megspórolt összköltsége közel 1.320 Ft lenne.

Megvalósulás lehetséges módja

Egy profitorientált kereskedelmi cég elhatározásán múlik, hogy egy adott területen bevezeti-e ezt a szolgáltatást.

Működési terület

A vállalkozó cég piaci céljai által meghatározott terület. A kiszállítás az igényeknek megfelelően zajlik a kiszállítás az áruház nyitva tartásának idején belül, a kiválasztott időintervallumban. A nagy bevásárlóközpontok esetében ez általában hétfőtől szombatig, reggel 6:00 és este 22:00 közötti időszak.

Eszközpark, járművek

Olyan saját eszközparkba tartozó kistehergépkocsi (3.), mely alkalmas a megrendelt árucikkek minőségi (légh Kondicionált, az EU környezetvédelmi normáinak megfelelő károsanyag-kibocsátással rendelkező) és mennyiségi (szeparálható rekeszekkel ellátott nagykapacitású raktér) kiszállítására.



3. kép:

A TESCO áruházlánc házhozszállítását végző járművei (forrás: origo.hu)

Humán erőforrás, személyzet

A házhozszállítást az eladó áruházlánc vagy szolgáltató cég saját, eltérő feltételek alapján kiválasztott alkalmazottai végzik, akik általában rendelkeznek helyismerettel, segítőkészek és elsősorban a fiatalabb korosztály tagjai.

Díjszabás

A házhozszállítás egy díjköteles szolgáltatás, mely szolgáltatóként eltérő összegért szállítja el a kiválasztott terméket az áruháztól a megadott címre. A kiszámlázott díj elsősorban függ a kiszállítási hely pontos földrajzi helye és az áruház közötti távolságtól és a kiválasztott időszávtól, ritkább esetekben a kiszállítandó terméket mennyiségétől és az időszávbán teljesítendő kiszállítások számától.

Diszpécsterszolgálat, menetirányítás

A települések méretétől és a felmerülő igények sokaságától függően az áruházi diszpécsterszolgálat végzi a járatok útvonalának tervezését és a menetirányítást, valamint probléma vagy vevői panasz esetén a házhozszállítást végző személyekkel a kapcsolattartást (mobiltelefonon).

Marketing és információ

Az áruházlánc feladata.

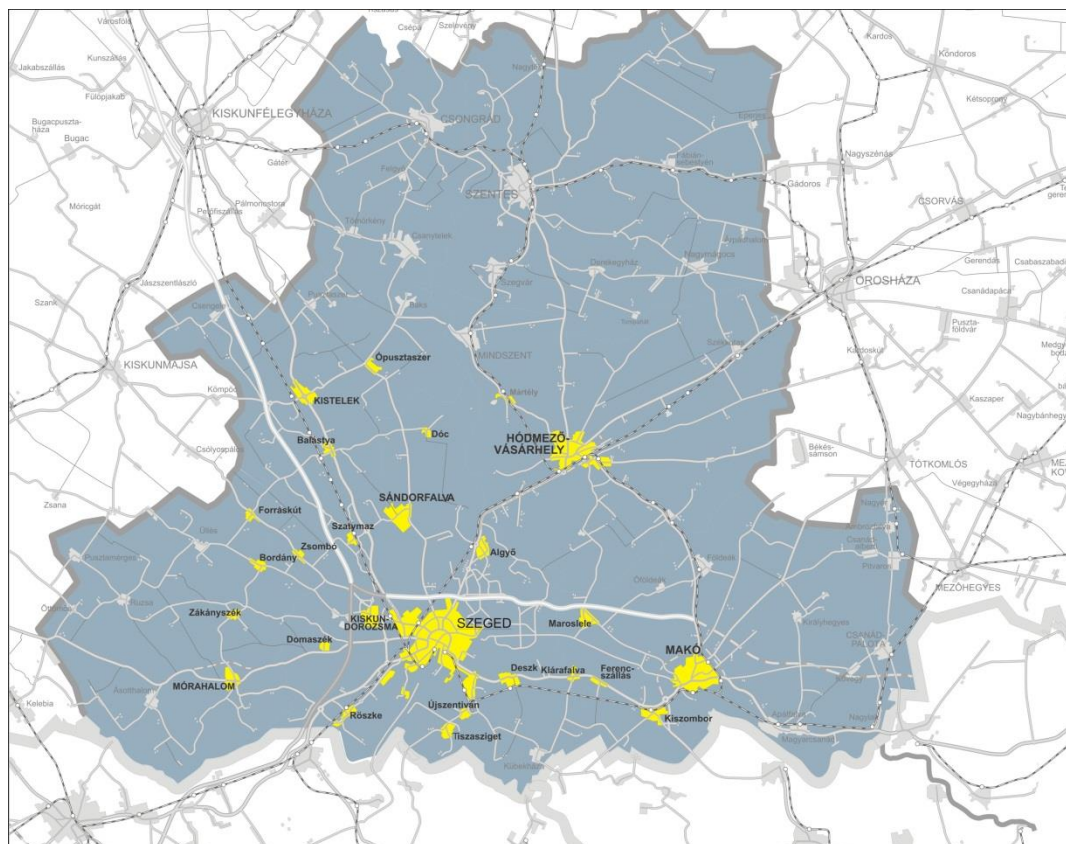
Példák

Magyarországon az élelmiszerláncok közül a teljes körű házhozszállítás-szolgáltatást az elmúlt időszakban a TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt. vezette be, mely szolgáltatást a közeljövőben, az igényeknek megfelelően szélesebb körben szeretnék alkalmazni.

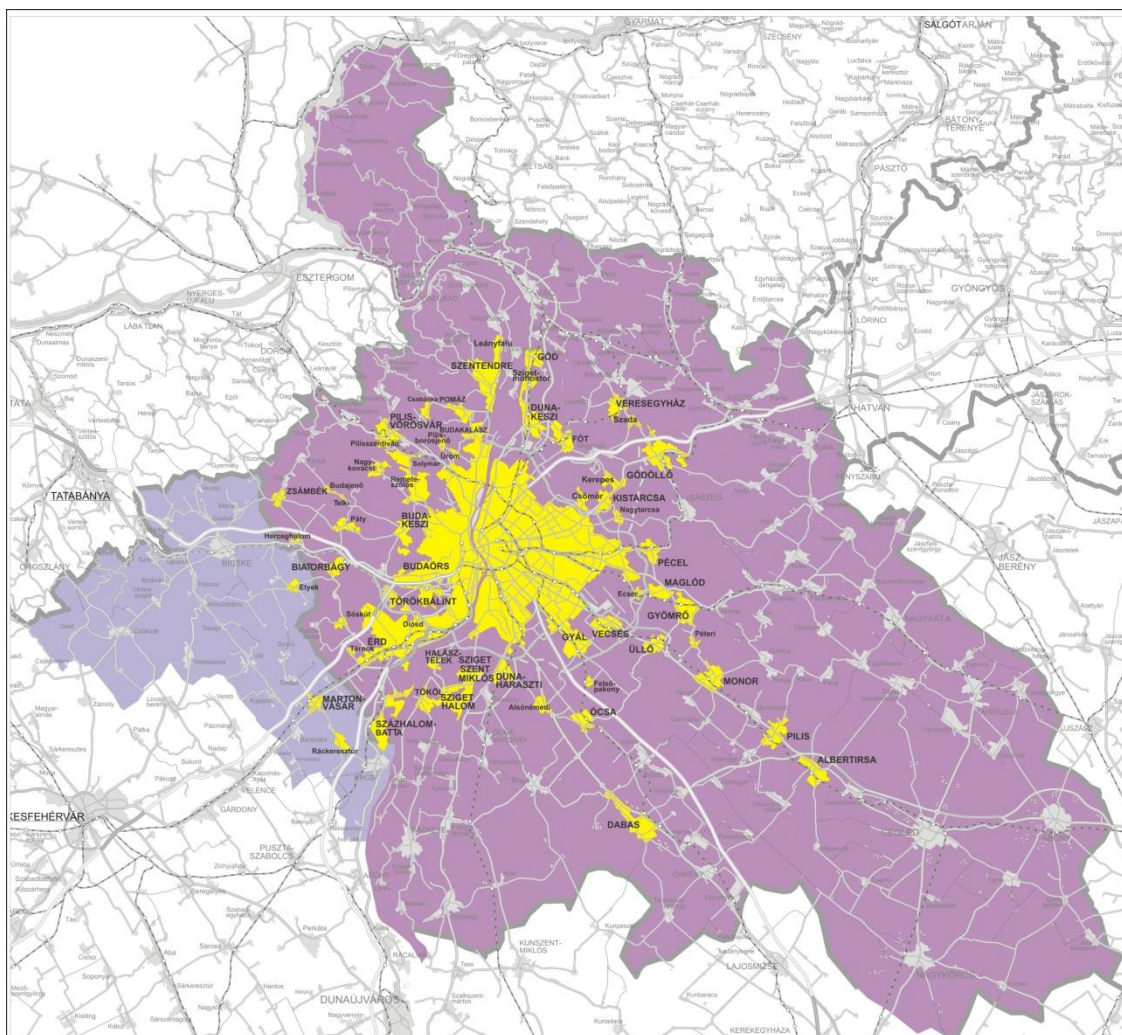
TESCO Online Bevásárlás bemutatása

Az otthoni internetes felületen lebonyolított vásárlás kényelmét nyújtó szolgáltatás. Az árak nem térnek el az áruházban alkalmazott áráktól, valamint az akciós termékek elérése ebben az esetben is biztosított a vásárlók részére. Az egész kiszállítási folyamat (a kiválasztott termékek összegyűjtése, előkészítése, csomagolása és kiszállítása) során gondosan ügyelnek arra, hogy az egyes termékek felhasználási körük (élelmiszer, háztartási cikk stb.), valamint súlyuk és méretük alapján legyenek csomagolva, elkülönítve, így biztosítva a felhasználói igényeknek való optimális megfelelést a minőségi kiszállítás megteremtése révén.

A megvásárolt egyedi árucikkek felső határára a szolgáltató megszabhat egy vásárlási limitet, mely korlátozással biztosítja azt is, hogy a kiszállítás egy körben a lehető legtöbb emberhez eljusson. Ez a házhozszállítás-szolgáltatás Magyarországon a területi lefedettségét tekintve jelenleg csak Budapesten, Pest és Fejér megye bizonyos településein, valamint Csongrád megye nagyvárosaiban (Szeged, Hódmezővásárhely, Makó) és azok környéki településein érhető el (9. ábra és 10. ábra).



9. ábra: A TESCO Online Bevásárlás lefedettsége Szeged környékén (forrás: TESCO, 2015. április)



10. ábra: A TESCO Online Bevásárlás lefedettsége Budapest környékén (forrás: TESCO, 2015. április)

A vásárlás az internetes weboldalon történő regisztrációhoz kötött, mely biztosítja a teljes kiszállítási folyamat során a folyamatos információcserét a szolgáltató és a vevő között.

A megvásárolni kívánt termékek kiválasztása után történik a szállítási időszáv megadása, (2 órás intervallum, hétfőtől szombatig, reggel 08:00 óra és este 22:00 óra között) valamint a fizetés (a honlapon bankkártyával vagy a kiszállításkor személyesen) és a vásárlás megerősítése. A regisztráció során megadott személyes adatokat az Adatvédelmi Tájékoztató alapján bizalmasan és titkosan kezelik.

A kiszállítás díjköteles szolgáltatás, melynek felszámított díja a kiválasztott időszávtól függ.

2.2. Turizmussal egybekötött nagybevásárlás

2.2.1. Definíció

Turizmus – szabadidős helyváltoztatás, és az ahhoz kapcsolódó szolgáltatások. Jelen esetben országok közötti néhány órás helyváltoztatásról van szó, melynek célja egyrészt egy turisztikai célpont felkeresése (pl. étterem, gyógyfürdő vagy borospince), másrészt a látogatást követően vásárlás egy bevásárlóközpontban.

Nagybevásárlás alatt olyan bevásárlást értünk, amely heti vagy ritkább rendszerességgel, nem kizárólag napi fogyasztási cikkek vásárlását jelenti.

Főbb jellemzők

Ez alapvetően egy civil, alulról szerveződő megoldás, amely főként a határon átnyúló bevásárló-turizmus esetén kecsegtet eredményekkel.

Abból a korábbi tapasztalatból kiindulva, hogy az osztrák vásárlók magyarországi bevásárlásaik során többségükben nem csak vásárlási szándékkal, hanem más célból is jöttek, és mellette vásároltak is, felmerült, hogy ezt a habitust folytatva valószínűleg lenne kereslet olyan, a határon átnyúló utazási szolgáltatásra, mely a vásárláson kívül más, kiegészítő élményre (szórakozás, turizmus) is lehetőséget ad.

Magyarországon a múlt évtizedben elterjedt és főleg az idősebbek körében népszerűvé váltak a termékbemutatóval egybekötött utazások, melyek jellemzően egy 100 km-en belüli célpont (múzeum, csokoládégyár, stb.) meglátogatásából, majd az azt követő promóciós rendezvényből állnak, és sok esetben nemcsak a reklámozott termékek vásárlására biztosítottak alkalmat, hanem arra is, hogy az esetleg útba eső bevásárlóközpontnál némi időt tölthessenek el az utasok.

Az adventi időszak alatt a nagy népszerűségnek örvendő bécsi Christkindlmarkt vásárra is számos olyan buszos csoport érkezik, amely az elővárosi, autópályákhoz közeli bevásárlóközpontok (pl. Designer Outlet Parndorf, Shopping City Süd stb.) egyikénél hosszabb-rövidebb pihenőt tart, lehetőséget biztosítva arra, hogy a város és a vásár meglátogatása mellett nagybevásárlást is tarthassanak az utasok.

Célközönség

Minden olyan érdeklődő, aki egyébként gépjárművével Magyarországon vagy a határ túloldalán vásárolna be, ugyanakkor a bevásárlást más tartalommal is meg kívánja tölteni, más programokkal kiegészíteni.

A turizmussal egybekötött nagybevásárlás szerepe a bevásárlási mobilitásban

Mivel azok a társadalmi csoportok fogják használni a falubusszal lebonyolított bevásárlást, akik eddig saját gépjárműveikkel érkeztek, ezért azáltal, hogy ők közösen, egy járművel utaznak, csökkenthető a környezetterhelés, mindeközben megmarad a mobilitás, a vásárlók eljutnak a

bevásárlóközpontokba és haza tudják vinni a megvásárolt termékeiket. Az utazáshoz pedig nem feltétlenül szükséges saját buszpark, hanem akár a településeken már rendelkezésre álló eszközöket (pl.: falubuszokat) is fel lehet használni erre a célra.

2.2.2. Előkészítő fázis

Miért szeretnénk megvalósítani ezt az ajánlást?

Azáltal, hogy az ugyanoda tartó embereket egy időben szállítjuk a célállomásra, a közös járműhasználattal mérsékelhető a környezet terhelése, miközben az egyének is elérik céljukat (be tudnak vásárolni), sőt kiegészítő (turisztikai, gasztronómiai) élményekhez is juthatnak.

Milyen célokat szolgál?

A közös utazással csökken az egy utasra jutó környezetterhelés mértéke a saját gépjárműhasználathoz mérten. A közösen megvalósított utazásnak és a közös programoknak pedig összetartó ereje lehet a kisebb közösségekben. Az egyének szintjén pedig változatosságot jelent a megszokott tevékenységeik elvégzése során.

Milyen mértékű részvétel mellett érdemes megvalósítani?

Ha rendszeresített járatról van szó, amely egy adott étteremhez vagy látványossághoz szállítja az utasokat és utána a szupermarketbe, akkor figyelembe kell venni az adott turisztikai célpont befogadóképességét és az ehhez megfelelő méretű járművel lehet lebonyolítani az utazást.

Ha a jelenlegi, 360 Ft körüli átlagos benzinárat vesszük alapul, és 1001-1500 cm³ közötti hengerűrtartalmú járművel számolunk (amelynek fogyasztási átalányértéke 8,6 l/100 km), akkor km-enként 39,96 Ft-os üzemeltetési díjat kapunk, amelyet érdemes 40 Ft-ra felkerekíteni.

Ezek alapján, ha a Felsőőr (Oberwart) – Szombathely útvonalat tekintjük, akkor oda-vissza mintegy 80 km úttal számolva az utazás összköltsége 3.200 Ft lenne, amiből egy utasra (4 fős jármű esetén) 800 Ft-os viteldíj jutna.

Falubuszos szállítás esetén a falubusz-rendszerrel megismert feltételek szerint oszlanának meg a költségek. Mivel a mikro- és minibuszok fogyasztása szinte alig több, mint egy személygépkocsié, ezért valójában ezzel az eljutási móddal érhetik el a legnagyobb arányú megtakarítást az utasok. A falubuszok jellemző befogadóképessége 9 fő (B kategóriás vezetői engedéllyel még vezethető), a különböző kapacitású járművek között már nincs jelentős fogyasztásbeli különbség. Ezért ha ugyanúgy 3200 Ft-os árat becsülünk egy Szombathely – Felsőőr (Oberwart) járat üzemeltetési költségeként, belátható, hogy 7 fő esetén már csak kevesebb, mint 500 Ft költség jut egy főre, amely alacsonyabb, mint a személygépkocsi utazás ára.

Ezek alapján összességében megállapítható, hogy ahhoz, hogy az autózástól el lehessen csábítani a vásárló-turistákat, a falubuszos megoldást kell ösztönözni a 9 fő kapacitású kisbuszokkal.

Ki a felelős végrehajtó?

Ez alapvetően egy civil, alulról szerveződő megoldás, így felelőst megnevezni nem lehet.

Hogyan hajtjuk végre?

Felhívjuk a döntéshozók figyelmét a lehetőségre. Falubuszok esetében helyi szinten könnyen elindítható a megvalósítás. Menetrend szerint közlekedő autóbuszjáratok esetében ez összetettebb, komplikáltabb feladat.

2.2.3. Tervezési fázis

A felmérések eredményei

Az osztrák vásárlók magyarországi látogatásukat nem kizárólag vásárlási szándékkal ejtik meg, hanem elsősorban más tevékenység miatt utaznak Magyarországra, ami mellett egyébként vásárolnak is. A szombathelyi felmérés eredménye ettől az átlagtól némileg eltér, ott az elsődleges utazási cél a vásárlás volt.¹⁶

A felhasználók elvárásai

Az utasok szeretnék egyszerre hasznosan (vásárlás) és kellemesen (kényelmes, stresszmentes környezetben) eltölteni az idejüket.

A célközönség meghatározása és bevonásának módja

A járatok célközönsége a magyar oldalon a gépkocsival vásárolni járó emberek, akik a szükséges bevásárlást a kellemes kikapcsolódással (szórakozás, turizmus) szeretnék összekötni.

Stakeholderek meghatározása

Érintettek a helyi lakosok, akiknél a bevásárlási igény jelentkezik, valamint érintettek a célterület fogadóegységei, ahová a vásárlók, illetve turisták érkeznek és a falubuszt üzemeltető önkormányzatok vagy non-profit szervezetek.

Döntéshozók azonosítása

¹⁶Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.2 Vásárlási szokások

Az osztrák-magyar rendszeres bevásárló-járáthoz kapcsolódóan döntéshozó pozícióban a kiindulási és a célállomás önkormányzatai, illetve a célállomási oldalon lévő fogadóegységek vezetői lesznek, akik a finanszírozási kérdéseket volnának hivatottak eldönteni.

A falubuszok bevásárlási és turisztikai hasznosításáról egyrészt a falubusz üzemeltetőjének a jóváhagyó döntésére van szükség. Figyelembe kell venni egyúttal, hogy ha a falubuszt esetleg pályázat során szerezték be, akkor a pályázati kiírás tartalmazott-e olyan korlátozásokat, amelyek kizárnák a vásárlási-turisztikai célú használatot.

Amennyiben megszületett a döntés az üzemeltető részéről, akkor már csak a kisbusz célállomását és indulási és érkezési idejét kell megállapítani, mely szintén történhet önszerveződő módon a helyi lakosok által.

Üzleti modell

A járatok elindítását kezdeményezhetik a helyi lakosok vagy a célzott étterem, gyógyfürdő, borospince stb., esetleg a fogadó önkormányzattal és a környéken működő bevásárlóközponttal közösen. Amennyiben vállalják az eljutási költségek részbeni vagy teljes megtérítését, úgy ingyenes szolgáltatással lehetne tovább növelni a járatok népszerűségét. Az üresfutás kiküszöbölése érdekében a „küldő” településnek vagy önkormányzatnak kell biztosítania a járművet, hiszen amennyiben a meghívó létesítmény szervezi vagy üzemelteti le a járatot, akkor az a vendégekhez üresen futna el, és a vendégek hazaszállítása után üresen is térne vissza a bázisra. Éppen ezért célszerű a falubuszokat alkalmazni ilyen célokra.

Ugyanakkor az a megoldás is működőképes lehet, hogy a falvak lakói önszerveződő alapon a falubuszok használatával alakítanak ki igényeik szerinti turisztikai és bevásárlási célpontokat. Ebben az esetben az üzemeltetés költségeinek megtérítési módja azonos lenne a falubuszok egyéb útjainak költségtérítési módjaival.

A vizsgált területen ahhoz, hogy a Szombathely-Oberwart közötti autóbuszvonalat közforgalmi szolgáltatás részeként meg lehessen valósítani és menetrend szerint gazdaságosan üzemeltetni lehessen, több feltételnek (használók körének és igényeinek ismerete, megtérülés és gazdaságos üzemeltetés, ki fogja finanszírozni, veszteségtérítés, stb.) kell megfelelni, de elsősorban politikai döntéshozói szinten kell elhatározásra jutni a határon átnyúló autóbuszos személyszállítás feltételrendszerének átdolgozásában.

Egy ilyen relációban közlekedő, kimondottan vásárlással egybekötött turizmus jelleggel létrehozott autóbuszvonalnak speciális feltételek alapján kialakított útvonala (majdnem háztól-házig visz), kényelmi funkciói, megállói, közlekedési rendje van, mely eltér egy hétköznapi és egy átlagos felhasználó részére megszokott munkába járó menetrend szerint közlekedő járatétól, mert eltérő időkből közlekedik, csomagokkal utazókat szállít, háztól-házig.

Előzetesen meg kell határozni a rentábilis utasszámot (mennyi utas szükséges, hogy működőképes és fenntartható legyen) a guruló, közvetlen és az összes költség alapján, arra a kiszemelt relációban közlekedő autóbuszvonálra, melyet meg szeretnénk valósítani.

A Vasi Volánnak az utóbbi években jelentősen visszaesett a határon át közlekedő nemzetközi járatainak száma (minimális kihasználtság mellett, már guruló költség alapján is veszteséges járatok voltak), ami jelenleg működik az is csak ritkán közlekedik vagy iskolásokat szállít vagy pedig az adventi időszakban a bécsi vásárookra viszi az embereket.

A **jelenlegi feltételek** alapján (lásd lejjebb), ha kishatármenti közforgalmú autóbusz-közlekedés szolgáltatás keretein belül szeretnénk kiszolgálni a vásárlási mobilitást, akkor ahhoz már túl soknak számítana a két végpont közötti 45 km (betérésekkel akár 55-60 km is) távolság és az érintett megállóhelyek száma (inkább a nemzetközi járat feltételei lennének érvényesek rá a mai szabályozási feltételrendszer szerint). A Szlovákia-Magyarország Határon Átnyúló Együttműködési Programban megvalósult TRANSHUSK projekt 2013-ban egy határon átnyúló közlekedés-fejlesztési projektjében összegyűjtötte az ide vonatkozó és jelenleg érvényben lévő feltételrendszer iránymutató pontjait, valamint stratégiai célokat is megfogalmazott, melyek átvételével az ebben a határ menti régióban felvázolt célkitűzések is megvalósíthatóak lennének.

SZABÁLYOZÁSI ÉS INTÉZMÉNYI KÖRNYEZET MAGYARORSZÁGON

A határon átnyúló közlekedés fejlesztésének fontos segítője vagy akadályozója lehet a szabályozási környezet, ami meghatározza a határátkelés rendjét és a határon átnyúló közforgalmú közlekedés üzemeltetésének feltételeit és engedélyezési rendszerét.

A határon átnyúló közlekedés sajátos helyzetet jelent. Az EU tagság majdnem minden tekintetben csökkentette, illetve megszüntette az országhatárok szerepét. A közlekedésen belül a személygépkocsival történő utazásoknál gyakorlatilag semmiféle akadályt sem jelent az országhatár, ugyanakkor a közforgalmú közlekedésben az országhatár továbbra is nehézséget, illetve egy nehezen kezelhető problémakört jelent még ma is. Ennek okai nem a határátlépési eljárás rendjében, hanem az országoként eltérő belső jogi és gazdasági szabályozások különbözőségében keresendők.

A határforgalomra vonatkozó szabályozás

A közforgalmú közlekedésben meg kell különböztetni belföldi és nemzetközi járatokat. A belföldi járatok szabályozása nemzeti hatáskör. Ezen belül a szlovák és a magyar szabályozás is különbséget tesz helyi és helyközi közlekedés között. Mindkét járatfajtára vonatkozik a korlátozás, hogy országhatárt nem léphetnek át.

Országhatáron áthaladni a jelenlegi szabályozás szerint csak a nemzetközi járatoknak szabad. Ezt a személyszállítási tevékenységet az államok – egy régi, idejélmúlt szemléletnek megfelelően – nem tekintik közszolgáltatásnak, úgy vélik, hogy ezek piaci alapon tudnak működni, mintegy „luxus szolgáltatásként”. Tehát a nemzetközi járatok szabályozása alapvetően azon alapul, hogy

az országhatáron átnyúló utazás nem része a lakosság mindennapi életének, ebben a közlekedési formában inkább egyedi, magánjellegű utazások bonyolódnak le, amelyek nem indokolják a közszolgáltatásra jellemző elbírálást, a közpénzből történő finanszírozást. Ugyanakkor világos, hogy éppen a határok nélküli Európa elméletéből és egyre jobban megvalósuló gyakorlatából következik, hogy ez a szemlélet tarthatatlan; gondoljunk csak a Rajkára kiköltözött pozsonyiakra, vagy az esztergomi Suzuki gyárban dolgozó, a Duna bal partján élő szlovákiai lakosokra.

A szabályozás alapját a személyszállítási szolgáltatásokról szóló 2012 évi XLI. törvény jelenti. Ennek 1 § (1) szerint a törvény hatálya kiterjed a Magyarország területén végzett belföldi és nemzetközi közúti és vasúti személyszállítási szolgáltatásra, valamint az azzal összefüggő jogokra és kötelezettségekre, valamint a (3) bek. szerint a Magyarországon bejegyzett közlekedési szolgáltató által a Magyarország területén kívül végzett vasúti és közúti személyszállítási szolgáltatásra a törvény rendelkezéseit annyiban kell alkalmazni, amennyiben nemzetközi szerződés eltérően nem rendelkezik. Fontos a (4) bek., mely szerint „A személyszállítási közszolgáltatások tekintetében e törvény a vasúti és közúti személyszállítási közszolgáltatásról, valamint az **1191/69/EGK** és az **1107/70/EGK tanácsi rendelet** hatályon kívül helyezéséről szóló 2007. október 23-i **1370/2007/EK európai parlamenti és tanácsi rendelettel** (a továbbiakban: **1370/2007/EK rendelet**) együttesen alkalmazandó,,

A törvény értelmezése szerint a nemzetközi személyszállítási szolgáltatás olyan személyszállítási szolgáltatás, amelynek során a járat valamely, az **Európai Gazdasági Térségről szóló megállapodásban** részes állam (a továbbiakban: EGT-állam) legalább egy határán áthalad, és amelynek fő célja a különböző EGT-államok állomásai vagy megállóhelyei közötti személyszállítás; vasúti járművel végzett személyszállítás esetén a vonatot egyesíthetik és szétválaszthatják, továbbá a különböző vasúti szerelvények különböző kiindulási és célállomással rendelkezhetnek, feltéve hogy valamennyi vasúti kocs legalább egy államhatáron áthalad;

A Személyszállítási tv. rendelkezései szerint:

41. § (1) Az autóbusszal végzett nemzetközi személyszállítási szolgáltatás végzésére vonatkozó, a 10. § (4) bekezdésében meghatározott engedélyt – amennyiben az arra irányuló kérelmet Magyarországon nyújtották be – a közlekedési hatóság adja ki.

A törvény 20. § (1) szerint: Személyszállítási közszolgáltatásként közszolgáltatási szerződés keretében az e fejezetben meghatározott szabályok szerint, az ellátásért felelős helyi, elővárosi, regionális és országos menetrend szerinti személyszállítási szolgáltatást rendelhet meg.

Ugyanakkor az (5) bek. egy lényeges rendelkezést tartalmaz: Nemzet-, társadalom- vagy közlekedéspolitikai szempontok alapján az ellátásért felelős a határon átmenő személyszállítási szolgáltatásokat személyszállítási közszolgáltatásként rendelhet meg. A személyszállítási közszolgáltatássá minősített határon átmenő regionális személyszállítási szolgáltatásokra a regionális személyszállítási közszolgáltatásokra vonatkozó szabályokat, a személyszállítási

közszolgáltatássá minősített határon átmenő országos személyszállítási szolgáltatásokra az országos személyszállítási közszolgáltatási tevékenységre vonatkozó szabályokat kell alkalmazni.

Autóbusz-közlekedésre vonatkozó szabályozás

Az autóbuszal végzett személyszállítási szolgáltatással kapcsolatos tevékenység engedélyezése a Személyszállítási tv. 10. § szerint az alábbi:

(1) Autóbuszal végzett menetrend szerinti, szerződéses és különjáratú személyszállítási szolgáltatás a gazdálkodó szervezet székhelye szerint illetékes közlekedési hatóság által, a szolgáltató kérelmére az **autóbuszal díj ellenében végzett személyszállítási és saját számlás személyszállítási tevékenységről szóló jogszabályban** és az abban foglalt eljárási rend szerint kiadott, az e tevékenység végzésére feljogosító autóbuszos személyszállító engedély, valamint nemzetközi forgalomban – ideértve a kabotázst is – közösségi engedély birtokában végezhető.

(2) Autóbuszos személyszállító engedélyt az a gazdálkodó szervezet kaphat, amely megfelel az **autóbuszal díj ellenében végzett személyszállítási és saját számlás személyszállítási tevékenységről szóló jogszabályban** meghatározott követelményeknek.

(3) Az autóbuszos személyszállító szolgáltató

- a) menetrend szerinti nemzetközi személyszállítási szolgáltatást,
- b) különcélú menetrend szerinti személyszállítási szolgáltatást, amennyiben az nem a szállítás megrendelője és a szolgáltató között megkötött szerződés alapján történik,
- c) közforgalmú kötőtpályás közlekedést helyettesítő autóbuszjárárral történő személyszállítási szolgáltatást, továbbá
- d) nem az Európai Unióban bejegyzett szolgáltató menetrend szerinti és különcélú menetrend szerinti kabotázs személyszállítási szolgáltatást járatú engedéllyel végezhet. Járatú engedély a szolgáltató kérelmére, külön jogszabály alapján, az abban foglalt időtartamra, de legfeljebb 5 évre adható ki. Az engedély kérelemre megújítható.

(4) A menetrend szerinti nemzetközi autóbuszos személyszállítási szolgáltatás végzésére jogosító járatú engedély kiadására az **1073/2009/EK rendeletben és az autóbuszal díj ellenében végzett személyszállítási és saját számlás személyszállítási tevékenységről szóló jogszabályban** foglalt előírásokat kell alkalmazni.

(5) A (3) bekezdés a) pontjában meghatározott személyszállítási szolgáltatás végzésére vonatkozó járatú engedély kiadása tekintetében a közlekedési hatóság, a (3) bekezdés

b) és c) pontjában, valamint a (7) bekezdésben meghatározott helyi személyszállítási szolgáltatásra vonatkozó járatí engedélyek tekintetében a települési önkormányzat polgármestere, fővárosban a főpolgármester, míg az országos, regionális és elővárosi, valamint a (3) bekezdés d) pontjában meghatározott személyszállítási szolgáltatás végzésére vonatkozó járatí engedélyek tekintetében a miniszter jár el.

A magyarországi gyakorlat jó példája a Vértess Volán Zrt. által üzemeltetett Komárom-Komarno, illetve Esztergom-Sturovo közötti járat, amelyek ugyan a nemzetközi járatoknak megfelelő besorolásban, külön eseti, nemzetközi viteldíjrendszerrel közlekednek, de a Személyszállítási törvény 20. § (5) bek. rendelkezésének megfelelően közszolgáltatási tevékenységnek minősülnek, aminek legfontosabb eredménye, hogy az üzemeltető jogosult veszteség kiegyenlítésre.

A fenti jogszabályok megfelelő keretet nyújtanak a határon átnyúló autóbusszos közforgalmú közlekedés megvalósítására, illetve kiterjesztésére. Természetesen Magyarország és Ausztria esetén, az EU tagállamokra automatikusan vonatkozó jogrend 2004-ben történt életbe lépésével a térségi, határon átnyúló közforgalmú közlekedés megszervezésének és fejlesztésének nincs semmiféle adminisztratív vagy jogi akadálya.

Megvalósulás lehetséges módja

Falubuszos megvalósítás esetén a kiindulási település után a köztes megállóhelyeket is felfűzheti ez a járat, és akár az útvonalba eső további településeken is felvehet utasokat, amennyiben a kiindulási településen nem gyűlt össze elégséges ember, és még maradtak szabad helyek a falubuszon. Ez esetben természetesen szükséges, hogy a szomszédos településekkel jól működő információs kapcsolatban álljon a központi (küldő) település, és az egyéb településeken felszálló utasoknak ugyanúgy be kell szállniuk a költségekbe.

A határon átnyúló stratégiák kidolgozásával javulhatnak a fenntartható növekedés feltételei, hiszen köztudott, hogy a közforgalmú közlekedés – ugyanakkora utazási teljesítményt véve figyelembe – jóval kevésbé károsítja a természeti környezetet, mint az egyéni közlekedési módok. Ráadásul a közforgalmú közlekedési kínálat mennyiségi és minőségi javításával a határon átnyúló kapcsolatok azok számára is elérhető közelségbe kerülhetnek, akik ma még – alapvetően anyagi okokból – nem tudnak, vagy nem eleget tudnak a határ túloldalára utazni. Az összeköttetések javításával nőhet a gazdasági és kulturális kapcsolatok intenzitása is, ami visszahatva a gazdasági helyzet javulására, tovább növelheti a határon átnyúló közforgalmú közlekedési szolgáltatások iránti igényt.

Ennek a stratégiai célnak az elérése érdekében részben a szolgáltatók, részben a szolgáltatást igénybe vevők, azaz a lakosság (illetve képviselőikben az önkormányzatok) és a munkáltatók, oktatási intézmények szemszögéből nézve számos ponton kell és lehet javítani a csírájában már ma is működő folyamatokat, illetve kell és lehet újakat megvalósítani. S természetesen biztosítani kell ezekhez a megfelelő feltételeket is.

A továbbiakban tekintsük át ezeket a feltételeket és folyamatokat, illetve a közöttük fennálló kölcsönhatásokat! A közforgalmú közlekedés részarányának növeléséhez elengedhetetlenül szükségesnek látszik az, hogy

- az engedélyezési rendszere egyszerűsödjön és felgyorsuljon,
- ne legyenek adminisztratív akadályok a másik országban történő szolgáltatás nyújtása előtt (kabotázs engedélyezése),
- legyen elegendő, a helyközi közforgalmú közlekedési szolgáltatások nyújtására alkalmas szolgáltató,
- legyen meg az együttműködési szándék a két ország közforgalmú közlekedési szolgáltatói között,
- ezek a szolgáltatók rendelkezzenek megfelelően képzett/kétnyelvű szakemberekkel,
- teremtsék meg a kölcsönös információ áramlás feltételei a szolgáltatók között, a szolgáltatók megfelelő járműparkkal rendelkezzenek,
- s végső soron jöjjenek létre közlekedési szövetségek a határ két oldalán érdekelt önkormányzatok (mint a szolgáltatások megrendelői) és a közforgalmú közlekedési szolgáltatást nyújtó szervezetek között.

Az előbbiekben felsorolt feltételek közül az engedélyezési folyamat egyszerűsítését és gyorsítását, a kabotázs engedélyezését meg kell előznie azonban annak, hogy mindkét országban megfelelő finanszírozási modell jöjjön létre a szolgáltatások nyújtásához. Ennek a feltételnek a megteremtése túlmutat azon a körön, amit a határon átnyúló közforgalmú közlekedési szolgáltatások bővítésében közvetlenül érintettek érdemben befolyásolhatnak. A finanszírozás kérdése ugyanis – az 1370/2007 EK direktíva alapján – elsősorban általános szabályozási ügy, így azt országosan egységesen, minden lehetséges határon átnyúló közlekedési kapcsolatra érvényes módon kell kezelni.

A szolgáltatók közötti együttműködési szándék, a megfelelő szakember és jármű állomány, a kölcsönös információ áramlás feltételeinek megteremtése, valamint a kabotázs engedélyezése külön-külön is hozzájárulhatnak ahhoz, hogy javuljon azoknak a folyamatoknak a hatékonysága, amelyek eredményeként nőhet a határon átnyúló forgalomban a közforgalmú közlekedést igénybe vevők aránya. Ugyanakkor ezeknek egy része elősegítheti azt is, hogy létrejöjjenek az integrált szolgáltatást nyújtó közlekedési szövetségek. Ezek

- a gyors és egyszerű engedélyezés,
- a kabotázs engedélyezése,
- a megfelelő szolgáltatások léte,
- az együttműködési szándék és
- a kölcsönös információ áramlás feltételeinek biztosítása az egyes szolgáltatók között.

A közlekedési szövetségek létrehozása lehetővé teszi, hogy

- folyamatosan karbantartsák a hálózati kínálatot,
- összehangolják a menetrendeket,
- közösen üzemeltessenek vonalakat,

- egységes jegyrendszert alakítsanak ki,
- proaktív, a szolgáltatás attraktivitását emelő üzemidőben nyújtják szolgáltatásaikat.

Természetesen még az előtt, hogy létrejönnének ezek a közlekedési szövetségek, a szolgáltatók közötti együttműködési szándék feltétele annak, hogy

- korszerűbb utas tájékoztatási rendszereket vezessenek be és
- népszerűsítsék a szolgáltatásokat.

A kölcsönös információ áramlás feltételeinek megléte

- a menetrendek összehangolását,
- a szolgáltatási színvonal folyamatos fejlesztését,
- az egységes jegyrendszert és
- a proaktív üzemidő kialakítását is

szolgálja azon kívül, hogy elengedhetetlen a korszerű utas tájékoztatási rendszerek kialakításához.

A korszerű utas tájékoztatási rendszerek működtetéséhez elengedhetetlen természetesen

- a megfelelő járműpark és
- a megfelelően képzett, mindkét nyelven beszélő személyzet

megléte is, ugyanakkor hozzájárulnak ahhoz, hogy emeljék a szolgáltatások népszerűségét.

A vonalak közös üzemeltetéséhez – túl a közlekedési szövetségek létrehozásán – szükséges még az is, hogy megfelelően működjön

- a menetrendek összehangolása,
- a hálózati kínálat folyamatos karbantartása, korszerűsítése,
- és megfelelően képzett, kétnyelvű szakember gárda álljon rendelkezésre.

S végül, de nem utolsó sorban, szükség van arra is, hogy a hálózati kínálat folyamatos karbantartására alapozva fejlesszék a vasúti és autóbuszos összeköttetéseket, beleértve az átszállási lehetőségeket is, a két ország határ menti régiói között.

Működési terület

Kisebb járműméret (falubusz) esetén a kisebb lélekszámú települések esetén is működhet a rendszer, ha a szükséges mértékig fel tudják tölteni utasokkal a járművet. Falubuszok esetében a kisebb méret miatt könnyebben igazíthatóak a járatok az egyéni igényekhez, melyek elsősorban a határ menti osztrák településekről hoznák át Magyarországra az embereket.

A magyarországi településekről falubusszal (az érintett területről pl. Pinkamindszent, Magyarnádalja és Kemestaródfa) átutaznak bevásárolni Oberwartba és a környéken várost nézni, kirándulni. Az osztrák településekről szintén ilyen módon csak más utazási céllal (egészségügyi céllal, fürdőturizmus, stb.) jönnek át Magyarországra.

Célzott időszak

Igény szerint. A munkavállalók számára főleg a hétvégi járatok jöhetnek szóba, vasárnapi zárva tartás esetén csak szombaton, azonban a nyugdíjasok esetén inkább a hétfő-csütörtök közötti időszak ajánlott ilyen jellegű utazásra, ezzel ugyanis elkerülhető a turisztikai és a bevásárlóközpontokban a hétvégékre jellemző tumultus, amely visszatartó tényező. Gyógyfürdőkhoz kora délelőtti, éttermekhez dél körüli, borospincékhez ebéd utáni (sőt, inkább a nagybevásárlást követő) érkezés képzelhető el leginkább. A falubuszok igény szerint más célpontokra, pl. szolgáltatási központokba is mehetnek (fodrászat, fogászat, stb.), itt az igényeknek megfelelően alakulna a járatok közlekedésének időszaka.

Járművek

Falubusz használata javasolt.

Személyzet

Előzetes, megfelelő szervezettség esetén az üzemeltetéshez elég egy vezető, aki oda-vissza elszállítja az utasokat és rendelkezik B kategóriás jogosítvánnyal.

Díjszabás

Falubuszos járat esetén az utazásra jutó üzemeltetési költséget az utasoknak kell viselniük. Mivel nem feltétlenül előre meghatározott menetrend szerint és útvonalon közlekednének a buszok így az egy utasra jutó költségek esetenként változóak lehetnek.

Marketing és információ

Fontos, hogy az emberek tudjanak a lehetőségről, ezért szórólapon (a háztartásokhoz postaládán keresztül eljuttatva), helyi közösségekben, interneten, helyi médiában, illetve utcai reklámokkal lehetne felhívni a figyelmüket a szolgáltatásra.

2.3. Telekocsi

2.3.1. Definíció

A telekocsi rendszerek az informatika fejlődésének köszönhetően kezdtek el terjedni az elmúlt évtizedben. Mind utas, mind pedig sofőr oldalról jelentkezik igény ezeknek a rendszereknek a használatára, mivel a gépjárművezetőknek ez üzemanyagköltség megtakarítást jelent, míg az utasok a közforgalmú közlekedésnél kényelmesebb és gyorsabb szolgáltatást kapnak, hasonló vagy olcsóbb áron. A már meglévő és működő telekocsi rendszereket kívánjuk alapul venni, mivel ezek rendelkeznek kellő infrastruktúrával.

A telekocsi használat során első lépésként regisztrálni kell az erre a célra létrehozott honlapon gépjármű vezetőként, vagy utasként. Ezután a gépjárművezetők feltöltik az útvonalukat, melyen útitársakkal töltenék fel a járműükben fennmaradó helyeket. Ehhez szükséges megadni az indulás helyét és időpontját, illetve az érkezés helyét és várható időpontját, valamint a gépjárműben elérhető szabad helyek számát. Egy összeget is meg kell jelölni, amelyet a járművezető elkér üzemanyag-hozzájárulásként. A regisztrálókból kialakul egy adatbázis, amelyek közül az utasként regisztráltak szabadon tudnak keresni. Térképes felület segíti a keresést, hogy ne csak pontosan az indulás helyéről és céljáról kapjunk találatokat, hanem ha egy autós az útvonaltervező szerint közel halad el a tartózkodási helyünkhöz, akkor ő is szerepeljen a találati listában. Az időben és egyéb feltételekben megfelelő fuvar ki tudjuk választani és így a rendszer megadja nekünk a sofőr telefonszámát további egyeztetés céljából. Ekkor eggyel csökken a kiválasztott gépjárműben a szabad helyek száma. Az utazás után a felhasználók referenciát adnak egymásnak.

Főbb jellemzők

- Win-win helyzetet jelent a járművezetők és az utasok számára

A telekocsi rendszert használó autósok számára előnyt jelent, ha megoszthatják üzemanyagköltségüket másokkal, míg az utasok némi üzemanyag-hozzájárulásért kényelmes, gyors és alapvetően door-to-door szolgáltatást kaphatnak. A rendszert üzemeltetők a fuvar lehetőség közvetítéséért a gépjárművezetőktől kérnek díjat.

- Bizalomra épül

Egy idegen embert beengedni a saját gépkocsiba, illetve egy idegen ember autójába beülni sokak számára nehéz lehet. A biztonságérzet nagyon fontos ebben a kérdéskörben, kiváltképp a külföldi utazások esetén. Az internetes regisztráció szükségessége, az útitárs profiljának és adatainak ismerete, illetve a fuvar létrejöttének a rendszerben történő automatikus adminisztrációja csökkenti ezt a félelemérzetet. Ezen felül fontos megjegyezni, hogy az útitársak a fuvar után értékelik egymást, így bizonyos számú utazást követően a felhasználók teljes körű referenciával rendelkeznek. Kisebb települések szintjén kevésbé erős érv a bizalmatlanság,

mivel településen belül lényegesen nagyobb az esélye annak, hogy az útitársak már ismerik egymást.

- Hatékonyabban kihasznált (zöldebb) közlekedési módot jelent

Ha a felhasználónak fontos a környezetvédelem, vagy költségérzékeny, akkor elképzelhető, hogy egyébként autóval rendelkező személyek is utasként használják a telekocsit. Ebben az esetben ténylegesen csökkenhet a járművek száma az utakon. Ezzel szemben sajnos inkább az a valószínű, hogy elsősorban a közforgalmú közlekedést használók fogják igénybe venni, vagy látens igények kapnak majd alternatívát a nagyobb célpontokba való eljutáshoz (pl. egynapos bécsi városnézés + bevásárlás céljából becsatlakozni egy oda hivatalos célból autóval utazóhoz).

- Rugalmas

A telekocsit használó személyek általában kellően rugalmasak a találkozási hely, időpont, úti cél és az útvonal tekintetében, az érintettek meg tudják beszélni az utazással kapcsolatos igényeiket, elképzeléseiket.

Célközönség

A gépjárművet vezetőik oldaláról azok a személyek, akik számára nem jelent problémát egy ismeretlen emberrel együtt utazni és alkalmazkodni hozzá a költségmegosztás érdekében. Utas oldalról elsősorban az utazásukat más módon megoldani nem, vagy csak nehezen tudó személyeknek lehet célszerű választás ez a szolgáltatás a bevásárlásokkal kapcsolatos utazásoknál is.

A telekocsi szerepe a vásárlási mobilitás környezettudatosabbá tételében

Ezt a jól működő rendszert lehetne megfelelő marketingstratégia mellett tovább fejleszteni, hogy ne csak egy irányba tudjunk fuvarokat lefoglalni, hanem kezeljen oda-vissza fuvarokat is meghatározott (néhány órás) időhíddal a célállomáson. A jelenleg üzemelő rendszerhez képest annyiban szükséges ezt fejleszteni, hogy a viszonylat létrehozásakor meg kell adni a visszaindulás időpontját is, amiből kiszámolható a bevásárlásra fordítható idő, illetve igény esetén pontosítani lehet a célnak kiválasztott bevásárló létesítményt. Feltehetően a bevásárolni kívánt termékek mennyisége miatt 3 embernél több nem fog elférni a kocsiban, így e tekintetben kisebb a folyamat szervezés igénye. Egyéb felmerülő kérdés/feltétel minden esetben megegyezés kérdése.

2.3.2. Előkészítő fázis

Miért szeretnénk megvalósítani a telekocsi szolgáltatást?

A telekocsi szolgáltatás igénybe vételével egyszerre elégíthetők ki a vásárlók szükségletei és kényelmi igényei. Az egy járműben tartózkodók hasonló utazási célból, egy időben, ugyanarra a

célpontra együtt utaznak, így kisebb környezeti terhelést jelentenek, mintha mindenki a saját gépkocsijával tenné meg ugyanezt. Lehetőség szerint azok között a szolgáltatást igénybevevők között, aki rendelkeznek saját gépkocsival és sofőrként is a rendszer részét képezik, egyenletesen lehet elosztani a gépjármű-használatot, azaz időközönként változtatják a sofőr személyét és a bevásárláshoz éppen aktuálisan használt járművet.

Milyen célokat szolgál?

A közös utazással csökken az egy utasra jutó környezetterhelés mértéke a saját gépjárműhasználathoz mérten. A közösen megvalósított utazásnak és bevásárlásnak pedig összetartó ereje lehet a kisebb közösségekben. Az egyének szintjén pedig változatosságot jelent a megszokott tevékenységeik elvégzése során.

Milyen mértékű részvétel mellett érdemes megvalósítani?

Ha heti rendszerességgel lebonyolódó bevásárlásokról van szó, amely egy adott bevásárlóközpontba irányul, akkor figyelembe kell venni jármű befogadóképességét (személy és csomagbefogadó-kapacitás), amellyel le lehet bonyolítani az utazást. Egy átlagos személygépkocsi üzemeltetési költsége az alábbi, már egyéb fix és változó költségeket (pl. szerviz, biztosítás) is figyelembe vevő egyszerűsített képlettel becsülhető meg:

$$\text{megtett km} \times \left[\left(\frac{\text{átlagány liter}}{100 \text{ km}} \times \text{üzemanyagár Ft/liter} \right) + 9 \text{ Ft} \right] = \text{szgk. költség} \quad [9]$$

Ha a jelenlegi, 360 Ft körüli átlagos benzinárat vesszük alapul, és 1001-1500 cm³ közötti hengerűrtartalmú járművel számolunk (amelynek fogyasztási átalányértéke 8,6 l/100 km), akkor km-enként 39,96 Ft-os üzemeltetési díjat kapunk, amelyet érdemes 40 Ft-ra felkerekíteni.

Ezek alapján, ha egy Szentpéterfa–Szombathely útvonalat veszünk a rendszeres bevásárló járat alapjául, akkor oda-vissza mintegy 60 km úttal számolva az utazás összköltsége közel 2.400 Ft lenne, amiből egy utasra (4 fős jármű esetén) 600 Ft-os viteldíj jutna oda-vissza. Ha nincs tele a jármű, akkor egy utasra természetesen magasabb díj jut.

Ha ezt az utat saját gépjárművel oldja meg a vásárló, akkor a teljes árat saját magának kellene kifizetniük, a jármű amortizációs költségét is beleszámítva. Tehát a személygépkocsi a sofőrön felül egy utassal közlekedtetve már jobban megéri, mintha egyedül utazna.

Ki a felelős végrehajtó?

Alulról szerveződő megoldás, nincs felelős végrehajtó, a szolgáltatás elterjesztése az ilyen szolgáltatást nyújtó cégek feladata lehet. Bevásárló-járat esetén az igénybe vevők döntenek egymás között, hogy az éppen aktuális járat vezetését kire, milyen feltételek és költségek mellett bízzák. A komolyabb telekocsi rendszerek esetében a felhasználási feltételek szerint kell az utazásokat végrehajtani.

Hogyan hajtjuk végre?

A javaslat kialakítása után egyeztetést kell folytatni a telekocsi rendszerek üzemeltetőivel, azzal kapcsolatban, hogy az általuk rendelkezésre álló információk szerint milyen potenciál lehet ebben a lehetőségben és milyen lépések szükségesek a rendszer ilyen irányba történő fejlesztéséhez.

2.3.3. Tervezési fázis

A felmérések eredményei

A bevásárlóközpontokban lebonyolított felmérésből kiválasztva azon járművek utasainak válaszait, ahol egynél többen utaztak bevásárolni, megállapítható, hogy a felmérési helyszíneken eltérő arányban szerepeltek az egy-, illetve a több háztartásból származó útítársak. A magyar oldalon, Szombathelyen és Zalaegerszegen az egy háztartásba tartozók voltak többségben, míg Mosonmagyaróvárott és az osztrák kikérdezési helyszíneken fele-fele arányban oszlottak meg a válaszok a lehetőségek között (13. táblázat és 14. táblázat).

	Oberwart	Parndorf
igen	56,5%	41,7%
nem	43,5%	58,3%

13. táblázat: A Magyarországról egynél több utassal érkező járművekben utazók egy háztartás tagjai? (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014-15)

	Mosonmagyaróvár	Szombathely	Zalaegerszeg
igen	43,8%	72,9%	100,0%
nem	56,3%	27,1%	0,0%

14. táblázat: Az Ausztriából egynél több utassal érkező járművekben utazók egy háztartás tagjai? (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014-15)

A bevásárlóközponti felmérésekből kiderült, hogy az autómegosztás intézményével lebonyolított utazások nagyobb arányt képviselnek az osztrák kikérdezettek körében (7-16%, a magyarok esetében ez 2-4 %). Azon kikérdezések esetében, ahol egynél több személy ment vásárolni egy járművel, azok közül minden második esetben eltérő háztartásból származó személyek

használták egy időben a járművet, tehát éltek a telekocsi lehetőségével (15. táblázat és 16. táblázat).¹⁷

	Oberwart	Parndorf
Közforgalmú (közösségi) közlekedéssel (busz, vonat)	21,6%	32,0%
Különjáratú busszal (pl. a vasútállomástól a bevásárlóközpontig)	10,8%	5,3%
Autómegosztással	2,0%	4,0%
Használná a közforgalmú közlekedést, ha a vásárolt terméket a bolt házhoz szállítaná	2,9%	12,0%
Mindenképpen autóval közlekedik	62,7%	46,7%

15. táblázat: A megfelelő feltételek mellett utazna-e más módon? Magyar válaszok (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014-15)

	Mosonmagyaróvár	Szombathely	Zalaegerszeg
Közforgalmú (közösségi) közlekedéssel (busz, vonat)	24,2%	25,4%	11,1%
Különjáratú busszal (pl. a vasútállomástól a bevásárlóközpontig)	6,1%	4,1%	0,0%
Autómegosztással	15,9%	6,6%	0,0%
Használná a közforgalmú közlekedést, ha a vásárolt terméket a bolt házhoz szállítaná	8,3%	21,3%	11,1%
Mindenképpen autóval közlekedik	45,5%	42,6%	77,8%

16. táblázat: A megfelelő feltételek mellett utazna-e más módon? Osztrák válaszok (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014-15)

Összességében elmondható, hogy a felmérések alapján az emberek hajlamosak lennének a vásárlásaikat autómegosztással lebonyolítani, ha kellő információval rendelkeznének ezen alternatív lehetőségnek a mindennapi életükre gyakorolt hatásáról (idő- és költségmegtakarítás, környezetterhelés csökkentése).

A felhasználók elvárásai

A felhasználókat az utazás előtt tájékoztatni kell a bevásárlásra induló jármű igénybevételének feltételeiről (költségek megosztása, indulási idő és hely, érkezési idő és hely, a vissza irányú

¹⁷ Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.3 Utazási szokások

fuvar lehetőségei, jármű csomagszállítási kapacitása, útitársak bizonyos fokú ismerete). Kényelmes és biztonságos utazás igénye.

A célközönség meghatározása és bevonásának módja

Egy településen élő teljes lakosság célközönségnek számít a telekocsi-szolgáltatás igénybe vevő vásárlók számára, de a dolog természeténél fogva a fiatalabbak, illetve az egymást jól ismerők számára vonzóbb megoldás lehet. A célközönség figyelmének felkeltését és az új szolgáltatás megismertetését internetes hirdetésekben vagy szórólapokon, esetleg társadalmi fórumokon keresztül lehet megvalósítani, ahol megfelelő tájékoztatás mellett a lakosok felvilágosítást kapnának nemcsak a rendszer céljairól és bevezetésének az indokoltságáról, hanem annak működéséről és társadalmi hasznáról is.

Stakeholderek meghatározása

Érintettek a helyi lakosok, de egy lakóközösség vagy környező települések lakosai is, akiknél a bevásárlási igény jelentkezik és a lakóhelye az adott céláruházba tartó bevásárló járat útvonalára felfűzhető. Érintettek továbbá a telekocsi szolgáltatást nyújtó cégek is.

Döntéshozók azonosítása

A kisebb közösségek esetében a folyamat bizonyos szintig önszerveződő (egy lakóközösség vagy aprófalvas területek), melyet a résztvevők önállóan alakítanak ki, a saját maguk által meghatározott feltételek alapján. Abban az esetben, ha ezt szélesebb körben, rendszerszemléletet alapján szeretnénk megvalósítani, akkor az adott internetes telekocsi rendszer üzemeltetője és döntéshozója alakítja ki a felhasználási feltételeket és irányelveket a várható igények alapján.

Üzleti modell

A telekocsi rendszer üzemeltetői saját tevékenységük részeként, saját forrásból végzik el a fejlesztést szolgáltatásbővítésként és marketingeszközként, bevétel-növelési szándékkal.

Megvalósulás lehetséges módja

A szolgáltatás a különböző utazási igények találkozásának és az információcserének a támogatása, ilyen formán elsősorban információszolgáltatás.

Célzott terület

Elsősorban a viszonylag elzárt, rosszabb közforgalmú kapcsolattal rendelkező vagy kevésbé módos települések. A jelenleg is működő rendszernek nincs pontos területi lehatároltsága, ott működhet, ahol utazási igény merül fel mind az utasok, mind a járművezetők részéről.

Célzott időszak

Nincs megszabva mikor működik az új rendszer, hiszen a honlapon megosztás szempontjából releváns utazási igények bármikor megjelenhetnek, azzal a kikötéssel, hogy a boltok nyitvatartási idejében értelemszerűen lényegesen nagyobb érdeklődésre lehet számítani. Tágabb értelemben az oda-vissza fuvar ötlete kiterjeszthető szórakozási, látogatási, ügyintézés, szabadidő eltöltési és minden egyéb tevékenység kapcsán is, ami tovább növeli a mobilitást és a potenciálisan választható időszakokat.

Személyzet

A telekocsi rendszer bevásárlási (oda-vissza) utazásokkal való fejlesztésének nincs személyzet igénye. Az üzembe helyezést követően ugyanaz a személyzet működteti, mint a most működő rendszereket.

Tarifa

A fuvarozási szolgáltatásért az utas fizet a gépjárművezetőnek üzemanyag hozzájárulást (az üzemanyagnorma alapján). A gépjárművezető meghatározott mértékű szolgáltatási díjat fizet az üzemeltetőnek. A pontos értékek utas és járművezető között megállapodás tárgyát képezik, míg az üzemeltető felé fizetendő díj telekocsi szolgáltató rendszerenként eltérhet, de alapvetően %-ban, vagy néhány 100 Ft-ban van megállapítva.

Használati hajlandóság

A már működő rendszerek nagy népszerűségnek örvendenek. Az egyik ilyen magyar oldal esetében a 200.000 főt is meghaladja a regisztrált tagok száma, míg egy másik nemrégiben csatlakozott egy nemzetközi telekocsi rendszerhez, amelynek több mint 10 millió tagja van és 18 országban működik.

Marketing és információ

A marketing tevékenység az üzemeltető feladata, hisz elsősorban az ő érdeke, hogy a rendszert használják, és egyre többen vegyék igénybe a szolgáltatást.

2.4. A környezettudatos személygépkocsi-használat elősegítése a vásárlással kapcsolatos utazások esetében

2.4.1. Definíció

Az Ajánlás egy jól felépített és célzott marketingkampányt takar, amely a nagy bevásárlóközpontokban vásárló, személygépkocsit használó emberek utazási és vásárlási szokásainak környezettudatosabbá tételét célozza.

Főbb jellemzők

A célkitűzés az, hogy ha már mindenképpen személygépkocsival érkeznek, akkor ezt tegyék környezettudatos módon, azaz:

- Lehetőség szerint NE a bevásárlási csúcsidőben és
- NE a közlekedési csúcsidőszakban utazzanak,
- a lehető legtöbben utazzanak egy adott járműben,
- utazásuk során környezettudatos módon válasszanak időpontot, járművet, útvonalat, sebességet és vezetési stílust,
- a környezettudatos utazási és vásárlási szokások tartósan megmaradjanak.

Célközönség

Célközönség a nagybevásárlásait személygépkocsival, nagyáruházban lebonyolító minden vásárló. A célközönség legalább kor és családi állapot szerint rétegzett. Más módszerekkel kell megszólítani a fiatalokat, a családosoakat és az időseket.

A marketingkampány szerepe a vásárlási mobilitás környezettudatosabbá tételében

Felméréseink szerint a térségben lakók nagybevásárlásaikat alapvetően nagyobb települések nagyobb áruházaiiban végzik és 95% feletti arányban használnak ehhez személygépkocsit. A válaszok alapján alig néhány százalékra tehető azok aránya, akik ténylegesen is hajlandók lennének más közlekedési módot választani. Így a legnagyobb esély a pozitív változásra az, ha a vásárlásnál mindenképpen használt személygépkocsi használatának módjára gyakorlunk pozitív hatást.

2.4.2. Előkészítő fázis

Miért szeretnénk megvalósítani ezt a marketingkampányt?

Mert ez a módszer tűnik a leghatékonyabbnak, ismerve az emberek ragaszkodását a szabad mobilitáshoz és az alacsony változtatási hajlandóságot.

Milyen célokat szolgál?

A bevásárló forgalommal kapcsolatos személygépkocsi használat módjának megváltoztatását, a környezeti célok hangsúlyosabbá tételét, az emberek szokásainak és attitűdjének kismértékű, de pozitív és tartós megváltoztatását.

A személygépkocsik használatával járó környezeti károk szakirodalma terjedelmes. Alapvetően elmondható, hogy a folyamatos, közel állandó sebességű haladás a legkedvezőbb és a sportos vezetési stílus, a torlódásokban tapasztalt stop-go üzem mód a legkedvezőtlenebb. További fontos szempont a feleslegesen megtett kilométerek minimalizálása, ami az ideális útvonalválasztás mellett elsősorban a parkolóhely-keresés idejének minimalizálását jelentheti.

Milyen mértékű részvétel mellett érdemes megvalósítani?

Minél több emberhez minél többször jut el a jól kommunikált és jól célzott üzenet, annál nagyobb lehet a hatás is. Az eredményeket tekintve nem lehet részvételi célkitűzést meghatározni.

Ki a felelős végrehajtó?

A felelős végrehajtó tipikusan egy nagyáruházlánc egyik tagja, jelentős vásárlóforgalommal és regionális, lehetőleg határon is túlnyúló vonzerővel. A vizsgált területen fellelhető nagyobb vásárlói forgalmat generáló áruházak (pl. szombathelyi TESCO) szolgáltatásbővítésként bevezethetnének olyan környezettudatos vásárlásra ösztönző szolgáltatásokat, melyek révén csökkenthetők lennének a csúcsidei zsúfoltságok az áruházakban és az oda vezető úthálózaton.

Hogyan hajtjuk végre?

Felhívjuk mind az áruház, mind a vásárlók figyelmét azokra a kézzelfogható, gyakran anyagi előnyökre, amelyekkel a környezettudatos közlekedés jár számukra. Abban az esetben, ha az áruház csúcsidőszakon kívül történő vásárlást akciókkal támogatja, akkor a vásárló olcsóbban juthat hozzá a termékhez, melyet mindenképpen megvásárolna. Ezen túlmenően még üzemanyagköltséget is megtakaríthat, hiszen elkerüli a csúcsforgalmat és a sorban állást (az úton és az áruházban egyaránt), valamint a parkolóhely-keresés is rövidebb ideig tart, így tehát szert anyagi előnyökre és ezzel párhuzamosan időt is megtakarít a csúcsidőszaki vásárlással szemben. Szembesítjük a vásárlókat azokkal a szokásaikkal, amelyeken változtatva saját életükben előnyöket érhetnek el. A bekövetkező változásokat tartósan életben tartjuk.

Egy csúcsidőben lebonyolított 2-3 órás nagybevásárlás esetén a parkolóhely keresés (megérkezés az áruház parkolójába, keresés ideje, parkolóhelyre beállítás, gyaloglás az áruház bejáratához) 10 percet vesz igénybe, ezzel szemben árnyékidőszakban nagyjából ez a művelet 3-5 percre tart (az áruház bejáratához közelebb eső helyek nagyobb valószínűséggel szabadon vannak ilyenkor). A csúcsforgalomban várakozás idejével (járulékos költségeivel) sem kell számolni a második esetben (folyamatos haladás következtében a relatív üzemanyag-fogyasztás is kevesebb lesz). Időmegtakarítás összességében akár 30-40 perc is lehet, míg a megspórolt

költségek akár ezres nagyságrendben mérhetők (üzemanyagmegtakarítás és vásárlási költségmegtakarítás).

Az időnyereség jól érzékelhető megtakarításként jelenik meg, hasonlóan az el nem használt üzemanyag és amortizáció költségéhez.

2.4.3. Tervezési fázis

A tervezés során fel kell tárni a leendő célközönség felhasználók igényeit, vásárlási szokásjellemzőit. Minden érintett döntéshozót és partnert (pl. profitorientált nagyáruházak és bevásárlóközpontok) be kell vonni a tervezés folyamatába, és kell egy felelős, aki szándékozik és képes fenntartani a rendszert.

A felmérések eredményei

A háztartásfelmérések során kiderült, hogy a háztartásokban a személygépkocsi-elérhetőség aránya nagyon magas (közel 95%-os), valamint hogy az emberek zöme a nagybevásárlások esetében is a gépkocsi használata mellett teszi le a voksát (80-97,6%), mert véleménye szerint a megvásárolt termékeket csak így tudja gond nélkül hazaszállítani. Mivel a saját gépkocsi fenntartása állandó költségekkel jár, így olyan alternatív megoldást kell biztosítani számukra, mely érezhető kényelmi, időbeni és anyagi megtakarításokkal jár.

A bevásárlóközponti felmérés kimutatta, hogy több helyszínen is jellemző volt, hogy többen utaznak egy autóval egyszerre vásárolni, ami bizonyos esetekben a környezettudatos vásárlásra való hajlamot feltételez (17. táblázat).¹⁸

Bevásárlóközpont helye	1 utassal érkező járművek száma	2 utassal érkező járművek száma	3 utassal érkező járművek száma	4 utassal érkező járművek száma	5 utassal érkező járművek száma	Több mint 5 utassal érkező járművek száma
Parndorf	10,8%	32,5%	14,5%	9,6%	12,0%	10,8%
Mosonmagyaróvár	17,3%	33,3%	19,8%	19,8%	6,2%	3,7%
Oberwart	25,3%	47,4%	11,6%	8,4%	6,3%	1,1%
Szombathely	14,0%	28,7%	17,8%	14,7%	12,4%	7,0%
Zalaegerszeg	22,2%	55,6%	0,0%	22,2%	0,0%	0,0%

¹⁸ Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése: 2.1 A bevásárlóközpontokba érkező járművek és utasaik besorolása

17. táblázat: Az egyes bevásárlóközpontokba érkező járművek által szállított személyek száma (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014-15)

Egy KTI – Közlekedéstudományi Intézet által lebonyolított munkanapi felmérésben, melyben egy budapesti agglomerációban található nagyáruházban végeztek számlálást (nyitástól zárásig terjedő időszakban számláltuk meg a ki- és behajtó járműveket), kimutatható volt, hogy 6:00-9:00 óráig és 19:00-22:00 óráig elenyésző, 9:00-16:00 óráig folyamatos forgalom bonyolódik, míg 16:00-18:30 között kiugróan magas a bevásárlók száma.

A felhasználók elvárásai

Általános tapasztalat, miszerint a vásárlók ragaszkodnak utazási szokásaikhoz, melyet olyan alternatív lehetőségek biztosításával kell változásra ösztönözni (ha nem a csúcsidőszakban megy vásárolni, akkor további akciókkal biztosít a számára az áruház), mely a vásárlók részére motivációs tényezőként hat.

Stakeholderek meghatározása

Elsősorban azok a vásárlók, akik csúcsidőn kívüli vásárlásaik fejében jó ajánlatokat kapnak, ahelyett, hogy a vásárlási csúcsidőszakban tennék meg ugyanezt. Ezzel egy időben az áruház munkavállalóinak időbeosztása is jobban kezelhető lenne, ha a bevásárló forgalom egyenletesebben oszlik el. A vizsgált területen a nagy bevásárlóközpontok jöhetnek számításba (TESCO áruház, a marketing miatt is), melyeket külvárosi környezetben helyezték el és jellemzően a legegyszerűbben személygépkocsival közelíthetőek meg.

Döntéshozók azonosítása

Áruházak döntéshozói szerepe abban áll, hogy környezettudatos vásárlásra ösztönző lépéseket tesznek (átszervezik az áruházi akciók időszakait) annak érdekében, hogy a vásárlók ne csúcsidőben bonyolítsák le vásárlásaikat, így CSÖKKENTVE az áruházhoz és az onnan hazavezető út megtételéhez szükséges időt, valamint a parkolóhely-keresések és várakozások során kibocsátott káros anyag mennyiségét. Az intézkedés eredményességére az áruház csak a vásárlások időbeli eloszlásában érzékelhető változásokból kaphat visszajelzést, a ténylegesen megvalósult környezetterhelés és az egyének vásárlási idő-csökkenésének (bizonyos esetekben vevői elégedettség-vizsgálat során erre is rá lehet kérdezni) mértékéről viszont nem kap egzakt információt.

Üzleti modell

A résztvevő áruház érdekeltsége kulcsmomentum. Ha a kampánnyal el tudjuk érni, hogy

- több vásárló legyen,

- a vásárlók többet vagy más módon költsenek,
- a vásárlók az áruház céljainak jobban megfelelő más időpontban érkezzenek,
- csökkenjen a zsúfoltság,
- irányíthatók legyenek a vásárlók,
- a felmerülő új marketingeszközök jól használhatók legyenek az áruház céljaira,
- javuljon az áruház megítélése,

akkor a befektetett erőforrások az áruház számára egyértelműen hasznosulnak és számára is megéri erőforrásokat biztosítani.

Megvalósulás lehetséges módja

Az áruház biztosítja a vásárlási csúcsidezőszakon kívül is olyan speciális akciók meghirdetését, melyek ösztönzőleg hatnak a bevásárlók vásárlási szokásainak megváltoztatására. Ilyen lehet például a hétfőtől csütörtökig, reggel 6:00 és délután 16:00 óra közötti időszakban meghirdetett speciális akció.

Célzott terület

A Nyugat-Dunántúl és Burgenland nagyobb városainak (Szombathely, Győr, Sopron, Zalaegerszeg, Mosonmagyaróvár, Bruck an der Leitha, Parndorf, Eisenstadt, Oberpullendorf, Oberwart, Güssing, Fürstenfeld) nagyáruházai és azok vonzáskörzete, amely lényegében magában foglalja Burgenlandot, Győr-Moson-Sopron és Vas megyét (a SMASHMOB keretében felmért négy település-klaszter településeit is), valamint Zalaegerszeg vonzáskörzetét.

A helyi felmérés adatai alapján (az 1. sz. település-klasztert, Jánossomorját kivéve) a Szombathely TESCO áruházba a megkérdezettek 27 %-a (171 megkérdezettből 46 fő) jár vásárolni.

Célzott időszak

A legfontosabb, hogy tartós kampányt tervezünk, hogy az új szokásoknak legyen ideje megragadni, a változások természetessé váljanak és berögzüljenek. A vásárlói csúcsok lehetnek a kampány kulcsidőszakai, az ekkor tapasztalt zsúfoltság nem kedvez az áruháznak sem és a vásárlók egy része sem kedveli. A kötelező vasárnapi zárva tartás miatt a csütörtök-péntek délutánokon és a teljes szombati napokon jelentős zsúfoltság várható.

Személyzet

Személyzet nem szükséges, ezzel szemben profi és elkötelezett marketinges csapat nélkülözhetetlen alapfeltétel a kifogástalanul működő rendszer létrehozásához és fenntartásához. Mind a megalapozás és előkészítés, mind pedig a végrehajtás és utókövetés folyamatában magas szintű marketinges szaktudást követel meg.

Marketing és információ

A marketing kampány részleteinek kidolgozása, valamint az információk eljuttatása a célközönség irányába egyaránt a marketinges csapat fontos feladatai közé tartoznak. Az ezzel a környezettudatos vásárlásra ösztönző lehetőséggel kapcsolatos információkat pedig reklámokon, interneten, szórólapokon, valamint a Tesco buszokon lehetne terjeszteni a vásárlóközönség felé.

Irodalomjegyzék

- [1] <http://www.mozgo-bolt.hu/wp-content/uploads/2011/02/1-300x150.jpg>
- [2] http://www.kisalfold.hu/kulfoldi_olvasok_jelentese/zajos_mozgoarusok_-_szerkesztetlen_valtozat/2017745/
- [3] <http://bolthely.hu/kepek/elektromoskerekepar/00479.jpg>
- [4] Győr-Moson-Sopron megye hosszú távú fejlesztési koncepciója és területfejlesztési programja, helyzetelemzés, 2007
- [5] <http://eionet.kormany.hu/ui-szemelyautok-co2-kibocsatas-a-eu-ban-adatok-osszefoglalasa-2013>
- [6] http://www.renault-local.hu/pdf/brossura/brossura_master_furgon_uj.pdf
- [7] <http://www.eduline.hu/segedanyagtalalatok/letolt/3521>
- [8] <http://kitt.uni-obuda.hu/mmaws/2008/eloadasok/4-szekcio/csiszar-csaba.pdf>
- [9] http://www.adko.hu/01_files/informaciok/2013/szemelygepkocsi%20koltsegszamitasa_2013.pdf
- [10] <http://www.buszberles-online.hu/arlista>
- [11] <http://www.kleinmuerbisch.at/DORFBUS.aspx>
- [12] http://www.ecf.com/wp-content/uploads/ECF_Economic-benefits-of-cycling-in-EU-27.pdf
- [13] <http://www.ecf.com/news/ecf-launches-cycling-as-a-new-technology-study/>
- [14] http://www.ecf.com/wp-content/uploads/141117-Commuting-Who-Pays-The-Bill_2.pdf
- [15] <https://www.bmf.gv.at/steuern/arbeitnehmer-pensionisten/pendlerpauschale/pendlerpauschale-allgemein.html>
- [16] <https://www.bmf.gv.at/steuern/arbeitnehmer-pensionisten/pendlerpauschale/unzumutbarkeit-der-benuetzung-von-massenverkehrsmitteln.html>
- [17] http://adozona.hu/szja_ekho_kulonado/Igy_lehet_elszamolni_a_kfttulajdonos_magans_U4_8SHS#utm_source=adozona.hu&utm_
- [18] <https://www.bmf.gv.at/steuern/arbeitnehmer-pensionisten/steuertarif-absetzbetraege/steuerabsetzbetraege.html#Verkehrsabsetzbetrag>
- [19] https://www.bmf.gv.at/steuern/selbststaendige-unternehmer/betriebsausgaben/ba-abschreibung.html#Pkw_und_Kombi
- [20] <http://www.mixin.hu/magyarorszag/cegauto-ado-osszege-tablázat>
- [21] <http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/1546391/Private-kaufen-immer-weniger-Neuwagen->
- [22] [Forrás: http://www.statistik.at/web_de/static/kfz-zulassungen_2013_unterlagen_zur_pressekonferenz_am_15_jaenner_2014_074811.pdf](http://www.statistik.at/web_de/static/kfz-zulassungen_2013_unterlagen_zur_pressekonferenz_am_15_jaenner_2014_074811.pdf)
- [23] https://www.bmf.gv.at/steuern/arbeitnehmer-pensionisten/pendlerpauschale/informationen-zur-pendlerfoerderung.html#Kein_Pendlerpauschale_f_r_Arbeitnehmer_die_ihren_
- [24] <https://www.wko.at/Content.Node/Service/Steuern/Lohnverrechnung/Vom-Brutto-zum-Netto/Jobticket.html>

- [25] <https://findok.bmf.gv.at/findok?execution=e1s1&dokumentId=6b539f29-eac0-4374-89fd-1a7c1f846dbe> 1. sz melléklet
- [26] <http://www.cycling-embassy.dk/wp-content/uploads/2011/05/Bicycle-account-2010-Copenhagen.pdf> és <https://www.wien.gv.at/rk/msg/2013/03/06016.html>
- [27] <http://officina.hu/belfoeld/91-utazasi-koltsegterites>
- [28] <https://findok.bmf.gv.at/findok?execution=e2s4&segmentId=0faaed62-f3a5-4040-9e40-6f96a8e5e949>
- [29] <https://www.wien.gv.at/rk/msg/2013/03/06016.html>
- [30] www.google.hu
- [31] Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése, 2015
- [32] Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatásának kiértékelése és elemzése, 2015

Kép, ábra, diagram és táblázatjegyzék

1. kép: Jellegzetes termékárusításra átalakított jármű, mozgóbolt (forrás: [1])	6
1. diagram: Ha lakhelyén lenne a közelben megfelelő bolt, ott vásárolna be? (forrás: Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014).....	9
1. ábra: A felmért települések egymástól számított távolsága (forrás: www.google.hu) ...	12
2. kép: Falufutárként alkalmazható utánfutós elektromos hajtású kerékpár (forrás: [3])	15
1. táblázat: A vizsgált területen található háztartások száma településenként (forrás: KSH).....	16
2. ábra: A településklaszterek települései és a települések közötti távolság (forrás: saját szerkesztés).....	18
3. ábra: Az 1. településklaszter	19
2. diagram: Ha lakóhelyén a közelben lenne egy ellátó/bolt, akkor ott bonyolítaná le kisbevásárlását? (forrás: Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014).....	21
3. diagram: A közlekedési módok megoszlása a kisbevásárlás-motivált közlekedések során klaszterenként (forrás: Smart Shopping Mobility 4. számú munkacsomag (4.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014).....	22
2. táblázat: A felmérésben résztvevő települések lakosság száma településklaszterenként (forrás: KSH)	23
3. táblázat: A vizsgált településeken megtalálható üzletek száma funkcióként és településenként (forrás: KSH).....	24
4. táblázat: A falufutárként alkalmazható járművek várható költségei (saját szerkesztés)	25
5. táblázat: A vizsgált települések főbb demográfiai és közlekedési adatai (forrás: KSH alapján saját szerk.)	27
4. ábra: A vizsgált települések komplex funkcionális fejlettsége (forrás: [4])	29
A 10 érintett településből (5. ábra) a 2008-as falubusz pályázaton a pinkamindszenti, a magyarnádaljai, valamint a kemestaródfai önkormányzatok vásároltak mikrobuszt. Ugyanekkor több mint 1.000, 2014-ben pedig további 500 önkormányzat, önkormányzati társulás vagy non-profit szervezet jutott falubuszhoz pályázati úton, így gyakorlatilag az ország minden második települése érintett lehet.....	35
5. ábra: A 2008-as pályázaton falubuszt elnyert települések (lila színnel) (forrás: KTI)...	36
6. táblázat: Budapest és környékén ellátott települések jellemző adatai (forrás: KSH adatok)	44
7. táblázat: Szeged és környékén ellátott települések jellemző adatai (forrás: KSH adatok)	45
6. ábra: A terítőjárat folyamatábrája (forrás: saját szerkesztés)	46
7. ábra: A TESCO Online Vásárlással ellátható, feltételesen kijelölt terület Győr környékén (forrás: TESCO).....	47

8. ábra: A TESCO Online Vásárlással ellátható, feltételesen kijelölt terület Szombathely környékén (forrás: TESCO).....	48
8. táblázat: Győr és a kiválasztott környéki települések jellemző adatai (forrás: KSH adatok)	50
9. táblázat: Szombathely és a kiválasztott környéki települések jellemző adatai (forrás: KSH adatok).....	51
4. diagram: Nagybevásárlásait más célból megtett útjaival összeköti? (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014-15).....	52
5. diagram: Nagybevásárlásokhoz használt közlekedési módok eloszlása a vizsgált település klaszterekben (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014-15)	53
10. táblázat: A megfelelő feltételek mellett utazna-e más módon (osztrák oldalon magyar, a magyar oldalon osztrák kikérdezettek válaszai alapján)? (forrás: Smashmob felmérés, 2014-15)	54
11. táblázat: A jelenleg kiszolgált és a szolgáltatásbővítésbe bevonni tervezett települések megyei szintű, egy főre jutó hazai termék (GDP) adatai (forrás: KSH, 2012, 2013)	55
12. táblázat: A jelenleg kiszolgált és a szolgáltatásbővítésbe bevonni tervezett települések adatai (forrás: KSH, 2012, 2013)	55
3. kép: A TESCO áruházlánc házhozszállítását végző járművei (forrás: origo.hu)	57
9. ábra: A TESCO Online Bevásárlás lefedettsége Szeged környékén (forrás: TESCO, 2015. április).....	59
10. ábra: A TESCO Online Bevásárlás lefedettsége Budapest környékén (forrás: TESCO, 2015. április).....	60
16. táblázat: A megfelelő feltételek mellett utazna-e más módon? Osztrák válaszok (forrás: Smart Shopping Mobility 3. számú munkacsomag (3.4 tevékenység) kérdőíves kutatás, 2014-15)	76