

MEGOSZTÁSOS GAZDASÁG

Egy felmérés eredményei, különös tekintettel a fenntarthatóságra

PÓNUSZ Mónika – KOLONICS PATRICIA

egyetemi docens (KRE ÁJK) – munkatárs (KRE Teremtésvédelmi Műhely)

1. Bevezetés

A Sharing Economy – ami magyar fordításban megosztáson alapuló gazdaságot, közösségi gazdaságot jelent – eszköz lehet az emberi élettér megvédésére törekvő harcban, a fogyasztás visszafogása, valamint a fogyasztási szokások racionalizálása révén.

Céljaink között szerepel áttekintést adni a megosztáson alapuló gazdaságról, valamint kialakulásának rövid bemutatása, a nemzetközi és a hazai megjelenési formák ismertetése. Szándékunkban áll ennek a gazdasági modellnek minél több emberrel való megismertetése, gondolatok ébresztése és elgondolkodtatás arra vonatkozóan, hogy mely lehetőségek, eszközök használatát tudják elképzelni a saját környezetükben. Mindezek mellett szeretnénk a figyelmet ráirányítani a környezet védelmének,¹ a környezettudatos magatartás fontosságára.

2. Fogalmi és tárgykör áttekintés

A modellel foglalkozó szakértők különféle meghatározásokat alkottak a közösségi gazdaságról. Szuchy² elemzésében átfogó áttekintést nyújt az energiaszektor és a megosztásos gazdaság összefüggéseivel kapcsolatban

- 1 MESTERHÁZY, Ákos – OLÁH, Judit – POPP, József: Losses in the grain supply chain: causes and solutions. *Sustainability*, 2020, 12 (6), 2342, 1-18. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/6/2342>, <https://doi.org/10.3390/su12062342> (2020. 05. 29); OLÁH, Judit – KITUKUTHA, Nicodemus – HADDAD, Hossam - PAKURÁR, Miklós – MÁTÉ, Domicin – POPP, József: Achieving Sustainable E-Commerce in Environmental, Social and Economic Dimensions by Taking Possible Trade-Offs. *Sustainability*, 2019, 11 (1), 1-22. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/1/89>; (2020. 05. 29.)
- 2 SZUCHY Róbert: *Okos mobilitás és a közösségi gazdálkodás jogi keretei*. In: HOMICS-KÓ Árpád Olivér (szerk.): *Acta Caroliensia Conventorum Scientiarum Iuridico-Politicarum XXIX.*, Budapest, Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar, 2020, 225-238. https://ajk.kre.hu/images/doc6/PR/A_digitalizacio_hatasa_az_egyes_jogteruleteken_1.pdf (2020. 02. 23.)

is, és felhívja a figyelmet, hogy „új, rendkívül komplex jogi szabályozási helyzetekkel találkozhatunk, amelyek a hatályos jogi kereteinkkel nem, vagy nem megfelelőre szabályozhatók.”

Botsman és Rogers eképpen definiálta a közösségi gazdaságot: „Egy olyan gazdasági rendszer, ami kihasználatlan eszközök vagy szolgáltatások megosztásán alapszik, ingyen vagy díj ellenében, közvetlenül az egyénektől.”³ Egyének közti piacokra támaszkodik, amely jelentősen függ az idegenek közti bizalomtól, ami ’szociális ragasztónak’ is nevezhető. E rendszerben az egyének, mint szolgáltatók mikro-vállalkozóknak is tekinthetők.⁴

Lisa Gansky ’Háló’-ként azonosítja a „hálózat által lehetővé tett megosztást”,⁵ és az általa megfogalmazott „Háló vállalkozásnak” négy központi jellemzőt tulajdonít. Ezek közül az első a megoszthatóság. A termékeket és szolgáltatásokat könnyen meg lehet osztani közösségen belül. A második jellemző vonása az, hogy fejlett digitális hálózat építi fel, amin keresztül termékek, a teljes használat, a fogyasztó. és a termékinformáció nyomon követhető. A ’Háló’ harmadik tulajdonsága, hogy fizikai termékek megosztására helyezi a hangsúlyt, ami a termékek és szolgáltatások helyi szállítását értékesíti és fontossá teszi. Negyedik ismertetőjegye az, hogy az ajánlatok, a hírek és az ajánlások szájról szájra terjednek, amit a társadalmi hálózati szolgáltatások karolnak fel.

Botsman és Rogers, illetve Gansky könyvei is a megosztás gazdaságát definiálták. Alex Stephany⁶ öt évvel később öt ismérvet jelölt meg a Sharing Economy kapcsán úgy, mint a gazdasági érték (amit a csere hoz létre, pénzhasználat vagy barter következtében), ’ki nem aknázott eszközök’, online elérhetőség (amit az internet biztosít) és a birtoklás lecsökkent igénye.

Arun Sundararajan⁷ 2016-ban publikált könyvében szintetizálja a kortárs szakértők meghatározásait, ami alapján öt jellemzőjét azonosította a tömeg-

3 BOTSMAN, Rachel – ROGERS, Roo: *What’s mine is yours -how collaborative consumption is changing the way we live*. London, Harper Collins, 2011, 71-75.

4 <https://www.rachelbotsman.com/thinking/> (2019. 10. 27.); GELEI Andrea – DOBOS Imre – NAGY Judit: Üzleti kapcsolatok beágyazottsága a magyar gazdaságban. *Vezetéstudomány*, 2001, 42 (1), 17-30. http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/772/1/vt_2011n1p17.pdf (2020. 05. 29.)

5 GANSKY, Lisa: *The Mesh, 2010*. <https://informationdj.files.wordpress.com/2012/01/future-of-business-is-lisa-gansky.pdf> 8. (2019. 10. 29.)

6 STEPHANY, Alex: *The Business of Sharing-Making it in the New Sharing Economy*. London, Palgrave Macmillan, 2015.

7 SUNDARARAJAN, Arun: *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*, Cambridge, MIT Press, 2016, 30.

alapuló kapitalizmusnak, ahogyan ő nevezte a közösségi gazdaságot. Azt vallotta, hogy ez a rendszer erőteljesen a piacra épül, mivel a közösségi gazdaság piacokat teremt, ami lehetővé teszi a termékek cseréjét, új szolgáltatások kialakulását, ami magasabb szintű gazdasági tevékenységhez vezet. A második jellemző a jelentős hatású tőke, hiszen a megosztásos gazdaság új lehetőségeket nyújt a vagyontárgyaktól és a képességektől, az időn keresztül a pénzig, hogy a maximális kihasználtsághoz közelítsen az igénybevételük mértéke. Harmadik ismerv a tömegre épülő hálózatok felé való eltolódás a központosított intézményekkel ellentétben. A tőke és a munka kínálata az egyének decentralizált sokaságától származik, nem pedig vállalati vagy állami szolgáltatóktól. A cserefolyamatok a tömegre alapozott piacokon zajlanak, közvetítő harmadik fél beavatkozása nélkül. Negyedik jellemvonásként a személyes és szakmai közötti elmosódás kerül említésre. A termékek és szolgáltatások kínálata gyakran elüzettesedik, például egyes tevékenységek még korábban személyesnek számítottak, mint például valakit fuvarozni vagy pénzt kölcsön adni. Az ötödik sajátosság a teljes munkaidős és az alkalmi munka, a független és a függő foglalkoztatás, a munka és szabadidő közti határ elmosódása.⁸

A globalizálódó gazdaságban, az internet segítségével az üzleti tevékenységek új dimenziói nyílnak meg nap, mint nap. A technológiaalapú, nagyban innovatív környezetben kell a különféle piaci szereplőknek válaszokat találni a fogyasztói igényekre, ahol a fogyasztók élete jelentős része az offline és az online tér között oszlik meg, beleértve a közösségimédia-felületeket is, ahol a felhasználók folyamatos interakcióban vannak egymással és a velük kapcsolatban lévő értékesítő szervezetekkel.⁹ Összességében kijelenthető, hogy a *sharing economy* a 21. század egyik megatrendjének tekinthető, amely révén társadalmilag koncentráltabb és felelősségteljesebb gazdaság alakulhat ki.¹⁰

3. Kutatásmódszertan

Kevert módszertant alkalmaztunk a munkánk során. Szakirodalmi forrásaink elsősorban az interneten elérhető forrásokon alapszanak, a téma jellegél

8 SUNDARARAJAN i.m. 30.

9 SIMAY Attila Endre – GÁTI Mirkó: Jó példa-e Kína? Feltáró kutatás a mobil közösségi kereskedelemről. *Vezetéstudomány*, 2018, 49 (12), 11-23. http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/3825/1/VT_2018n12p11.pdf (2020. 05. 29)

10 TÓTH Róbert – MESTER Éva – KOZMA Tímea: A megosztásos üzleti modell: a logisztikai vállalkozások új finanszírozási és tranzakciós lehetőségei. *Logisztikai trendek és legjobb gyakorlatok*, 2016, 2 (2), 32-35.

fogva a nyomtatott szakirodalom kis arányban szerepel. Felhasználtuk az Európai Unió közösségi gazdaságról alkotott álláspontját, a szabályozására vonatkozó irányelveit, valamint a PricewaterhouseCoopers Magyarország Kft. Sharing Economy-ról készített tanulmányát. Jelen tanulmányunk primer kutatásában online kérdőíves lekérdezést folytattunk, hogy bővebb ismeretekhez jussunk a közösségi gazdaság ismertségéről és a megosztáson alapuló platformok használatára való nyitottságról, illetve hiányáról. Az adatfelvétel időszaka múlt év áprilisa volt. A 150 értékelhető válaszon alapuló minta nem reprezentatív, kényelmi mintavételen, illetve hólabda módszeren alapult¹¹. A jelen elemzés leíró statisztikákat alkalmaz, ezen túlmutató elemzéseket a későbbi kutatásaink kapcsán kívánunk alkalmazni.

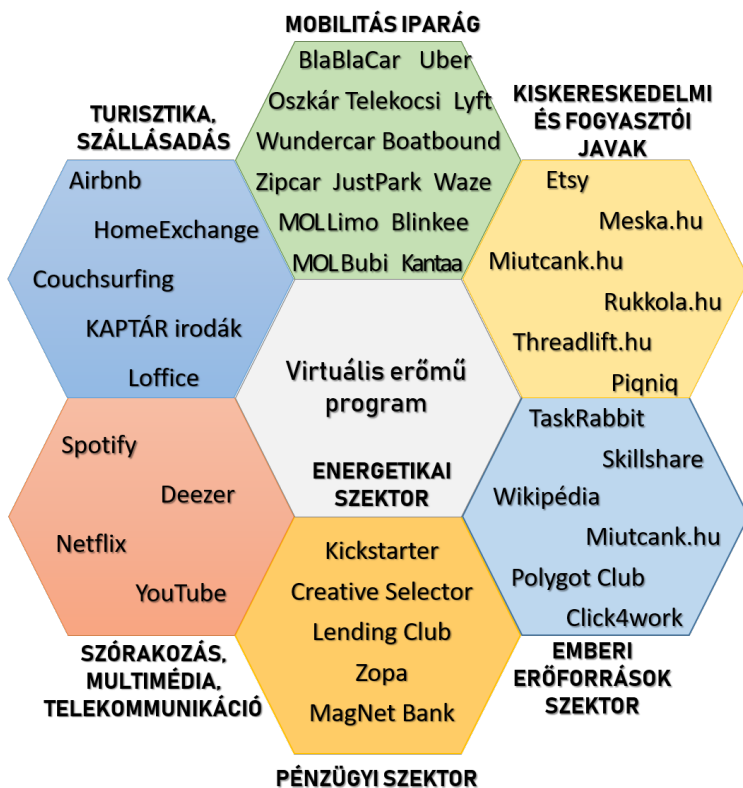
4. Nemzetközi és hazai precedensek

Szeretnénk konkrét nemzetközi precedenseket bemutatni, valamint a hazai példákról is információval szolgálni (utóbbiakat dőlt betűkkel jelöltük). A Sharing Economy név említése kapcsán az Airbnb, Uber, és Couchsurfing asszociációk élhetnek a köztudatban, azonban nem csak e három szolgáltatás esik a megosztás égisze alá. A megosztáson alapuló gazdaságnak valóban ezek a legtisztább példái, azonban most a közösségi használatra épülő tevékenységeket is a Sharing Economy-val együtt kívánjuk ismertetni. A 2015-ben a PricewaterhouseCoopers Magyarország által a Sharing Economy-ról készített tanulmányban¹² hét meghatározó szektort azonosítottak, amelyekben a megosztásosra épülő szolgáltatások jelenléte nemzetközi és hazai viszonylatban is szignifikáns, vagy a növekedés lehetőségét rejtik magukban¹³. E hét ágazat és a PwC tanulmányban említett példák révén kívánjuk a legfőbb szereplőket bemutatni, kiegészítve olyan szolgáltatásokkal, amikről úgy gondoljuk, hogy érdemes említést tenni. Ezt illusztrálja az 1. ábra.

11 BABBIE, Earl: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Budapest, Balassi Kiadó. 1996, 704.

12 PRICEWATERHOUSECOOPERS MAGYARORSZÁG: *Osztogatnak vagy fosztogatnak? – A sharing economy térnyerése*, 2015, 16-23 https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/sharing_economy.pdf (2020. 03. 25)

13 PRICEWATERHOUSECOOPERS MAGYARORSZÁG i.m. 7.



1. ábra: Nemzetközi és hazai példák a hazánkban jelentős iparágak szerint.
 Forrás: saját szerkesztésű ábra

4.1. Mobilitási iparág

A Sharing Economy leginkább számot tevő tényere az autópárhban tapasztalható. Kiváltott egy átalakulást azáltal, hogy a tulajdonlás eltolódott a megosztás, és a hozzáférés irányába, ezáltal az autópárhból – és azzal párhuzamosan – kialakulni látszik a mobilitás iparága.

Hosszú távú autómegosztás: online platformon található egymásra az útítársat kereső sofőrök, és a fuvart igénylő utasok, az utazási költségeket megosztva egymás között. A sofőr meghirdeti az útját, a leendő, ugyanazon a viszonylaton és ugyanazon időben utazni kívánó utas(ok) pedig foglalást tehet(nek) a szabad hely(ek)re. Főként városok közötti, külföldi viszonylatú utazások tartoznak ebbe a kategóriába. Célja a kapacitások növelése, a költségmegosztás, az autósforgalom csökkentése. Például:

- *BlaBlaCar*: francia alapítású rendszer, amely 22 országban, főként Európában – hazánkban is –, emellett Mexikóban, Brazíliában, Indiában működik.¹⁴
- *Oszkár Telekocsi*: a hazai telekocsizás úttörője 2007-ben indult útjára, azóta a felhasználóinak száma a 600 000-et is meghaladta.¹⁵

Rövid távú autómegosztás: a taxi újragondolása. A sofőrök saját autójukat használva – megosztva – nyújtanak személyszállítási szolgáltatást. A fuvarigénylő személy az alkalmazáson jelzi az igényét, amit a közelben lévő sofőr szolgál ki, mondhatni az alkalmazáson keresztül hív taxit, majd a fizetés is az alkalmazáson belül történik, például:

- *Uber*: kereslet-vezérelt (on-demand) módszer, egyének közti (customer to customer: c2c, azaz vásárlótól vásárlóig; vagy peer to peer: p2p, azaz hálózatok közötti) fuvar nyújtása (600-nál több városban működik világszerte, azonban számos helyen betiltották a működését, köztük hazánkban is.)
- *OLA*: indiai közösségi autómegosztás, közösségi taxi.
- *Wundercar*: Európa, Amerika és Japán területén nyújt telekocsizási, autóbérlési, és személyszállítási szolgáltatást.
- *Lyft*: kereslet vezérelt autómegosztás, működési területe az Egyesült Államok és Kanada.
- *DiDi Chuxing*: a 'kínai Uber', Kína mellett világszerte 7 országban üzemel.

Autókölcsonzés: Egy alkalmazáson keresztül kereshetőek a közelben lévő kölcsönözhető autók, majd a jogosítvány megerősítése, a foglalás és a fizetés is az applikáció segítségével valósul meg.

b2c, szolgáltatótól magánszemélyek számára nyújtott szolgáltatás, igény alapú:

- *Zipcar*: „a világ legnagyobb közösségi rövid távú autóbérlési szolgáltatója”¹⁶, amely 10 országban üzemel világszerte.¹⁷
- *GreenGo*: 'autós Bubi'-ként is aposztrofált, első hazai elektromos autómegosztó rendszer, amely 2016-ban indult útnak.¹⁸

14 <https://blog.blablacar.hu/about-us> (2020. 03. 25.)

15 <https://www.oszkar.com/> (2020. 03. 25.)

16 PRICEWATERHOUSECOOPERS MAGYARORSZÁG i.m. 17.

17 <https://www.zipcar.com/cities> (2020. 03. 25.)

18 <https://forbes.hu/uzlet/ez-bubi-autoval-greengo/> (2020. 03. 25.)

- *MOL Limo*¹⁹: 2018 januárjában²⁰ indították el, jelenleg 35 000 felhasználóval²¹ rendelkezik *c2c, vagy p2p*, egyének közti autókölcsönzés.
- Getaround: a 2013-ban indult szolgáltatás az USA városaiban növeli az autók kihasználtságát, és engedi az autótulajdonosokat extra bevételhez jutni.²²
- *Yes Autorent*: hazai autóbérbeadó rendszer, ahol magánszemélyek adják bérbe autóikat, a befolyó bevételt pedig megosztják a közvetítő platform üzemeltetőivel.
- *Avalon Carsharing*: igény alapú autó megosztási rendszer.

Közösségi navigációs rendszer:

pl. Waze: a világ elsősorban közösségre épülő közlekedési és navigációs applikációja, amelyben a felhasználók valós idejű közlekedési és útinformációkat osztanak meg.²³

- *Parkoló bérlet*: pl. a JustPark platform a parkolókat keresőket köti össze a szabad parkolóhelyeiket kínáló lakókkal a világ nagyvárosaiban.
- *Hajó bérlet*: pl. Boatbound.
- *Kerékpárkölcsönzés*: *MOL Bubi*, magyar 'közbringarendszer', amely 126 gyűjtőállomáson 1526 kerékpárral segíti a közösségi közlekedést Budapesten.²⁴
- *Robogókölcsönzés*: pl. Blinkee.city, az E.ON támogatásában a fővárosban működő elektromos robogómegosztás.²⁵
- *Egyéb*: útvonaltervező kerekesszékesek számára pl. Route4U.

19 A MOL Limo alkalmazáson keresztül működik a használata, kezdve az egyszeri regisztrációs díj befizetésével, a sofőr vezetési engedélyének igazolásával, az autófoglaláson, a jármű kinyitásán és lezárásán át, egészen a fizetésig. A felhasználónak nincs gondja a parkolás, a biztosítás, valamint a szervizelés díjaira. <https://www.mollimo.hu/hu> (2020. 03. 25.)

20 <https://mol.hu/hu/molrol/mediaszoba/6535-mol-limo-neven-haromszazas-autoflot-taval-indit-kozossegi-automegoszto-szolgaltatast-a-mol/> (2020. 03. 25.)

21 <http://formula.hu/auto/2018/09/26/mercedesekkel-bovul-a-mol-limo-flottaja> (2020. 03. 25.)

22 <https://www.getaround.com/> (2020. 03. 25.)

23 <https://www.waze.hu/mi-az-a-waze/> (2020. 03. 25.)

24 <https://molbubi.bkk.hu/a-molbubi.php> (2020. 03. 25.)

25 <https://blinkee.city/hu/> (2020. 03. 25.)

4.2. Kiskereskedelmi és fogyasztói javak

Sharing Economy kiskereskedelmi szektorba való belépése és rapid térnyerése a fogyasztói magatartás megváltozásával, a költségudatossá válással magyarázható. Segítségével pénztárcabarát, gyorsabb és egyszerűbb a javak elérése. Jellemző a házi vagy házkörüli munkákhoz használt kiségek, bizonyos konyhai eszközök, esetleg sporteszközök kihasználtságának növelése bérbeadás által. Példák:

- A környezettudatosság jegyében használt ruha eladás,²⁶ alkalmi ruha kölcsönzés.²⁷
- Községi kertek (a városi lakóközösség összefogása közösen üzemeltetett növénytermesztésre).
- *Rukkola.hu* oldal lehetőséget biztosít a könyvek ingyenes cseréjére.²⁸
- A Piqniq segítségével ételt lehet megosztani.
- A *Miutcank.hu* a felgyorsult világ eredményezte elidegenedés és szomszédi kapcsolatok leépülése, és a rendkívüli pazarlás ellen vette fel a harcot egy olyan platform biztosításával, amely az elkezdődött folyamatok visszafordítását tűzte ki célul, vagyis a közözség erejének felélesztését, a helyi összetartás erősítését; az eszközökölcsönzés, a viszonzás alapú szolgáltatásnyújtás, és közös programok szervezése által.²⁹
- *Etsy*: egyedi termékek online piaca, ahol közvetlenül az eladótól, készítőtől vásárolhatunk kézzel készített vagy antik termékeket. A 2005-ben az Egyesült Államokban alapított kétoldalú piactérnek a világ 7 országában van irodája.³⁰
- A *Meska.hu* hazánk legnagyobb, leglátogatottabb kézműves-designer online piactere, amely 2005-ben indult azzal a céllal, hogy segítségül szolgáljon a kézműves szektor eladóinak és vevőinek az egymásra találásban. Az oldal céljai között szerepel a kismamák, a hátrányos helyzetű és az idősebb emberek munkalehetőséghez juttatása a minőségi kézműves portékák elkészítésével.³¹

4.3. Turisztika, szállodaipar

Monetáris lakásmegosztás: saját tulajdonban lévő vagy bérelt ingatlan egészének vagy egy részének kiadása pénzszerzési céllal. Lehetőséget ad

26 pl. Threadflip, Poshmark

27 pl. Vinted, Rent the Runway

28 <https://rukkola.hu/> (2020. 03. 25.)

29 <https://miutcank.hu/#/csatlakozz> (2020. 03. 25.)

30 <https://www.etsy.com/press?ref=ftr> (2020. 03. 25.)

31 <https://www.meska.hu/aboutus> (2020. 03. 25.)

kapcsolatok kiépítésére, az utazások személyessé válására, valamint helyi lakosok segítségének, idegenvezetésének, vendégszeretetének élvezésére.

- *Airbnb*: a piacot rendkívüli fölényrel uralja, a PwC 2015-ös tanulmánya szerint 150%-os növekedés figyelhető meg a régió összes országában a vendég éjszakák és a felhasználók számában. A 2007-es amerikai indulás óta több mint 191 országban, közel 5 millió kiadó lakás áll rendelkezésre, ebből több mint 300 magyarországi.

Lakáscsere:

- *HomeExchange*: globális platform, ahol a felhasználók éves előfizetési díj fejében egyidejű lakáscsereben egyezhetnek meg. A több, mint 65 000 otthonból mintegy 400 magyarországi.³²
- *Közösségi turisztikai szolgáltatás*: például a lakásétermek, ahol alkalmi éttermi szolgáltatást adnak a lakás tulajdonosai.

Egyéb: a b2b kategóriájába esnek a közösségi irodák. A szolgáltatást igénybe vevő vállalkozások nem egy állandó helyet vesznek bérbe, hanem flexibilis módon az éppen hozzáférhető területen dolgoznak.

- *LOFFICE*: az első co-working iroda Magyarországon (4 irodájuk van a fővárosban, valamint egy Bécsben és egy a Balatonnál is).³³
- *KAPTÁR Irodák*: közösségi irodák, tárgyalók és rendezvényterek, céghelyszolgáltatás nyújtása Budapesten.³⁴

Nem monetáris lakásmegosztás:

- *Couchsurfing*: a fogadó személyek ingyen szállást adnak idegeneknek, vagy „barátoknak, akik még nem találkoztak”.³⁵ Ez a platform nemcsak új emberek megismerését teszi lehetővé a világ bármely pontjáról utazás során, hanem a helyi lakosoknál megszállva személyre szabott helyi idegenvezetésben is részesülhetünk, ezáltal sokkal személyesebbé válhat az utazás. Magyarországon közel 142 ezer szállásadója van.³⁶

32 <https://www.homeexchange.com/hu/> (2020. 03. 25.)

33 <http://budapest.lofficecoworking.com/rolunk> (2020. 03. 25.)

34 <http://kaptarbudapest.hu/szolgáltatásaink/> (2020. 03. 25.)

35 <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/> (2020. 03. 25.)

36 <https://www.couchsurfing.com/places/europe/hungary> (2020. 03. 25.)

4.4. Szórakozás, multimédia és telekommunikáció

A legnépszerűbb online zenei megosztó szolgáltatások, a Spotify és a Deezer, már a magyar felhasználók számára is hozzáférhetőek, valamint a televíziós műsor és filmtartalmakat kínáló szolgáltatók közül, a Netflix már a magyar piacon is megjelent. Az online videó-streaming (azaz letöltés nélkül megnézhető, meghallgatható) szolgáltatók vitathatatlan világméretű képviselője, a YouTube, egyike volt 2005-ös indulásával a Sharing Economy 'első fecskéinek'.³⁷

4.5. Pénzügyi szektor

Új, terjedő üzleti opció a közösségi finanszírozás (angolul crowdfunding), amely alternatív lehetőséggel szolgál az elindulni vágyó, forrást kereső vállalkozások számára.

Kickstarter: közösségi finanszírozásban vezető platform, 2009-es alapítása óta 152 541 projekt valósult meg általa közel 4 millió dollár értékben.³⁸ Számos hazai projekt is ezáltal lett finanszírozva.

Creative Selector: a Kickstarter egyik magyar, kreatív iparágakra koncentráltó 'kistestvére'.

C2c vagy p2p hitelezés: online platform közvetítésével, a beruházni kívánók kölcsönt nyújtanak azok számára, akik hitelért folyamodnak.

Lending Club: a piac legkiemelkedőbb, amerikai résztvevője, 2018 június végéig több, mint 38,5 milliárd dollár értékű kölcsönt nyújtottak rajta keresztül (2015 márciusáig 9,2 milliárd értékben).³⁹

Zopa: a piac másik meghatározó, brit szereplője, 2005-ös alapítása óta 3,74 milliárd fontnyi hitelhez segített hozzá vállalkozásokat.⁴⁰

MagNet Bank: az első magyar közösségi bank.

4.6. Energetikai szektor

A megújuló erőforrások közösségi finanszírozásaként van jelen a Sharing Economy az energiaszektorban.

Az Egyesült Államokban jöttek létre virtuális erőművek, amelyek kiserőműveket fognak össze. Egy szabályozóközpontozhoz kapcsolódnak villamos vezérlési,

37 PRICEWATERHOUSECOOPERS MAGYARORSZÁG i.m. 20.

38 https://www.kickstarter.com/press?ref=about_subnav (2020. 03. 25.)

39 <https://www.lendingclub.com/info/statistics.action> (2020. 03. 25.)

40 <https://www.zopa.com/lending/about-lenders> (2020. 03. 25.)

mérési és infokommunikációs tekintetben. Ezáltal a földrajzilag különböző helyen fekvő erőműveket egy központból lehet szabályozni, valamint egy virtuális nagyerőműként tudnak fellépni a villamosenergia-piacon.

4.7. Emberi erőforrások szektor

TaskRabbit: Feladatmegosztással foglalkozó platform, amely Egyesült Államok szerte összeköti a szabadúszó feladatvégzőket azokkal az emberekkel, akiknek elvégzendő feladataik vannak. A hirdetett munkák között szerepel bútor összeszerelés, költöztetés, takarítás, bevásárlás, szerelés, festés, szállítás stb. A kínálati oldal szereplői munkát kapnak, a keresleti oldalon lévők pedig időt és energiát spórolhatnak meg.

Skillshare: innovatív megoldással szolgál a tanulni vágyóknak. A regisztrációs díj ellenében számtalan online kurzus válik elérhetővé szabadegyetem jelleggel.

Wikipédia: 2001-es alapításával a Sharing Economy egyik 'első fecskéjének' számító nyílt tartalmú online világciklopédia, amelyet a floridai központú Wikimédia Alapítvány üzemeltet, szerkesztését pedig önkéntes közösség végzi.⁴¹

Miutcánk.hu: a platform a közösségépítés, eszközkölcsonzés mellett kétoldalú szolgáltatásnyújtást is szolgál.

Polyglot klub: a Skillshare mintájára, idegen nyelv gyakorlásra szolgáló rendezvényeknek ad otthont.

Click4work: a TaskRabbit mintájára épülő, szaktudás nem igénylő feladatok kiszervezése diákok bevonásával.⁴²

5. Primer kutatásunk eredményei

A közösségi gazdaság által nyújtott gyakorlati alkalmazási lehetőségek megalapozottságának alátámasztására – de akár cáfolatára is – elkészítettünk egy kérdőívet. A kutatás azt kívánta vizsgálni, hogy az érintett újszerű közösségi szolgáltatások mennyire élnek már a köztudatban, hányan ismerik már azokat, a válaszadók mekkora hányada vette már igénybe ezeket és milyen véleménnyel vannak ezekről a lehetőségekről, amennyiben már használták őket, mennyire voltak megelégedve velük és milyen tapasztalataik voltak, akik pedig még nem találkoztak velük, milyen fokú nyitottságot mutatnak a kipróbálásukat illetően?

41 <https://hu.wikipedia.org/wiki/Wikipédia> (2019. 10. 27.)

42 <https://clickforwork.hu/> (2019. 10. 27.)

Hat kategóriába csoportosítottuk a kérdéseinket: demográfiai, környezettudatosság, autóhasználat, megosztáson alapuló szolgáltatások ismertsége és ezekhez fűződő tapasztalat, valamint néhány konkrét megosztási platform ismertsége.

A kérdőív lekérdezésében kényelmi mintavételt, valamint a hólabda módszert alkalmaztuk. Végül 150 válaszadó küldte vissza a kérdéssort, ezért a vizsgált populáció nem tekinthető reprezentatívnak. A válaszadók demográfiai adatai az 1. táblázatban láthatók. A válaszolók 58,7%-a volt nő, és 41,3%-a férfi. Lakóhely szerinti megoszlásuk alapján 38,7%-uk falun él és 61,3%-uk városban, azon belül is 21,3%-uk a fővárosban. Életkor szerinti megoszlásukat tekintve több, mint 31% a 18-25 éves korosztályból került ki, közel 15%-uk 26-35 évesek, 18% a 36-45 éves és újabb közel 20% a 46-55 évesek közül, így elmondható, hogy a kérdőívet kitöltők 84%-a az aktív (diák, kereső) korcsoportból, míg 12%-a nyugdíjas, vagy ahhoz közel álló korosztályból került ki. Foglalkozások szerint a döntő többség (56%) az alkalmazottak aránya, és jelentős réteget 27,3%-ot képviselnek a diákok, míg a vállalkozók 6, és a nyugdíjasok 8%-ot tesznek ki. Iskolai végzettségük szerint 42% az egyetemet vagy főiskolát végzettek aránya, amihez ha hozzáadjuk a jelenleg felsőfokú tanulmányokat folytatókat 20%-kal, akkor kijelenthető, hogy a felmérésben részt vevők döntő többsége (62%) értelmiségi. Középfokú végzettséggel rendelkezők 23%-ban vannak, valamint közel 5% jelenleg jár középiskolába. 7% a szakmunkás és 3% alatti csak általános iskolai végzettséggel rendelkezők aránya.

Nemek	Fő	%	Életkor	Fő	%
Nő	88	58,7	18 alatt	7	4,7
Férfi	62	41,3	18-25	47	31,3
Lakhely	Fő	%	26-35	22	14,7
Falu	58	38,7	36-45	27	18
Vidéki város	37	24,7	46-55	29	19,3
Megyeszékhely	23	15,3	56-65	10	6,7
Budapest	32	21,3	65 év felett	8	5,3
Foglalkozás	Fő	%	Iskolai végzettség	Fő	%
diák	41	27,3	általános iskola	4	2,7
alkalmazott	84	56	szakmunkás	11	7,3
vállalkozó	9	6	folyamatban lévő közép-fokú tanulmányok	7	4,7
háztartásbeli	4	2,7	középiskola /gimnázium	35	23,3
munkanélküli	0	0	folyamatban lévő felső-fokú tanulmányok	30	20
nyugdíjas	12	8	egyetem/főiskola	63	42

1. táblázat: A kérdőíves lekérdezés mintavétele. Forrás: saját kutatás alapján

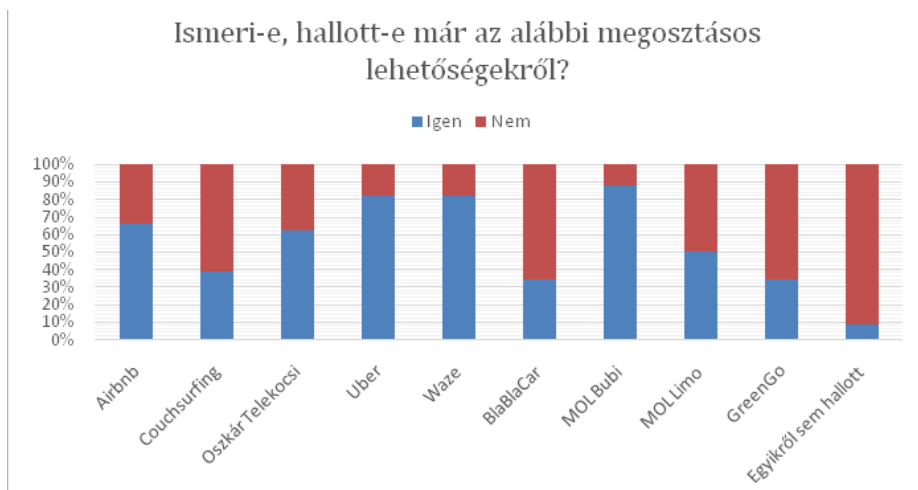
A válaszadók közel 81%-át érzékenyen érinti a környezetszennyezés, 16,7% nem tudja eldönteni, és csak 3%, akik erre a kérdésre nemmel válaszoltak. Ehhez kapcsolódóan csupán 4 fő jelentette ki, hogy nem érez felelősséget a környezetéért és a döntő többség tesz is ezért és igyekszik környezettudatosan élni a mindennapokban. A legtöbben a szelektív szemétyűjtésben (82,7%), az energiatakarékosságban (77,3%) és a PET palackos italok fogyasztásának mérséklésében (50,7%) látnak erre megoldást, de jelentős, több mint 50%-os azon válaszadók aránya, akik a hazai termékek vásárlását részesítik előnyben a külföldről importált termékekkel szemben. 42% gondolja úgy, hogy kevesebb műanyag csomagolású termék vásárlásával is tehet a környezetéért, de csak a válaszadók 34%-a vállalja, hogy kevesebbszer használja az autóját az ügy érdekében, holott 96%-uk vélekedik úgy, hogy a közlekedés hozzájárul a környezetszennyezéshez. Ebből 38%, akik azt jelölték meg, hogy jelentős mértékben járul hozzá. A legtöbben a szelektív szemétyűjtésben (82,7%), az energiatakarékosságban (77,3%) és a PET palackos italok fogyasztásának mérséklésében (50,7%) látnak erre megoldást, de jelentős, több mint 50%-os azon válaszadók aránya, akik a hazai termékek vásárlását részesítik előnyben a külföldről importált termékekkel szemben. 42% gondolja úgy, hogy kevesebb műanyag csomagolású termék vásárlásával is tehet a környezetéért, de csak a válaszadók 34%-a vállalja, hogy kevesebbszer használja az autóját az ügy érdekében, holott 96%-uk vélekedik úgy, hogy a közlekedés hozzájárul a környezetszennyezéshez. Ebből 38%, akik azt jelölték meg, hogy jelentős mértékben járul hozzá. A válaszadók több, mint 90%-nak van autója, melyek közül 46,7%-uk minden nap használja. Közel a fele a kérdőív kitöltőknek válaszolt úgy, hogy általában legalább ketten ülnek az autóban, ha ehhez hozzávesszük a 3-5 személlyel utazók arányát, akkor kijelenthető, hogy a nagy többség, több mint 80% nem egyedül utazik az autójában.

Az is figyelemreméltó adat, hogy a megkérdezettek valamivel több, mint 50%-ának van második autója a családban. Az autó tulajdonosok 65%-a nyilatkozott úgy, hogy ez az eszköz megkönnyíti a mindennapokat, míg közel 37%-uknak egyben a munkaeszközük is. 52,7%-uk jellemzően együtt utazik ismerőseivel, vagy munkatársaival a munkahelyére. Válaszaikból kiderült, hogy azért, mert költséghatékonyabb, és a jó társaság miatt is, de csak akkor, amikor erre egyáltalán van lehetőség. Ha egy helyen dolgoznak, egy helyre járnak edzésre, szórakozni, akkor szívesen osztják meg egymással autóikat. Persze sokan a tömegközlekedést használják, vagy kerékpárral, gyalog járnak munkába, egyetemre, iskolába. A nemmel válaszolók között többen is

akadtak, akik úgy válaszoltak, hogy lehetetlen megszervezni, vagy nincs rá jelentkező, bár ő maga szívesen felajánlaná az autóját. Az autótulajdonosként megemlített előnyök között szerepel a függetlenség érzése, mobilitás, mindig rendelkezésre áll, megkönnyíti a mindennapokat, kényelem, nem kell másokhoz alkalmazkodni, netán hogy nincs időkorlát. Míg a hátrányok között jellemzően a magas fenntartási, szervizelési költségek, a parkolóhelyek hiánya, vagy a forgalmi dugóba való belekerülés szerepel, de volt olyan vélemény is, hogy lustává tesz, vagy nincs emberi kapcsolat a külvilággal, illetve magas a káros anyag kibocsátása.

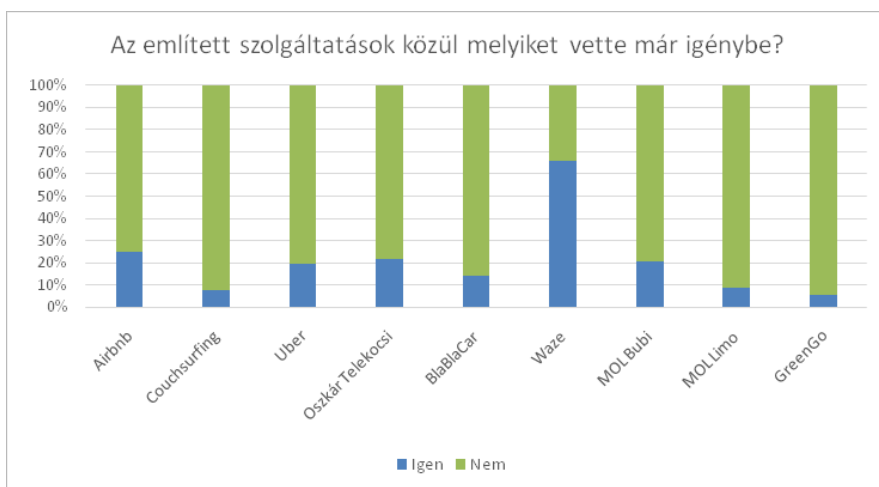
Alternatív megoldásként az autózás kiváltására a tömegközlekedés, az elektromos és hibrid autók, valamint a kerékpár és más kétkerekű eszközök és a gyaloglás került megemlítésre. Ezek mellett örömteli volt számunkra, hogy számos válaszadó megemlítette a telekocsizást, a MOL Bubi, MOL Limo, GreenGo közösségi közlekedési eszközöket is. A következő kérdésre adott válaszok ezt alá is támasztották számunkra, hisz a válaszadók 33%-a ismeri, valamint 49%-uk már hallott ezekről az autómegosztó rendszerekről. A legtöbben viszont nem próbálták ki ezeket, azonban az erre a kérdésre válaszolók körében döntő többségben vannak, akik vállalkoznának a kipróbálásukra, valamint akik nem zárják ki a lehetőségét. Azok között, akik nem nyitottak rá, az indokok között első sorban a bizalom, vagy az ismeret hiánya szerepel.

A Sharing Economy, azaz a megosztáson alapuló vagy közösségi gazdaság ismertségére irányuló kérdéskörnél a felsorolt eszközök ismertségében van némi eltérés. Mint ahogyan a 2. ábrán is látszik, ismertségben a MOL Bubi biciklikölcsönzés végzett az élen, de a Waze közösségi navigációs alkalmazás és az Uber közösségi taxizás fej-fej mellett ugyanannyi szavazattal a második helyet szerezte meg. Talán az utóbbira magyarázat a médiában elhíresült kizárásuk a magyar piacról, hisz azóta már nincsenek jelen nálunk. A sorban az Airbnb közösségi lakáskiadás, az Oszkár telekocsizás, a MOL Limo közösségi autókölcsönzés, a Couchsurfing következik. Legkevesébé ismert a GreenGo közösségi autóbérlés és a BlaBlaCar telekocsizás. Viszont a válaszadók több, mint 10%-a egyik lehetőséget sem ismeri, így örülünk, hogy már ezzel a kérdőívvel hallhattak róluk.



2. ábra: A megosztásos lehetőségek ismertsége. Forrás: saját szerkesztésű diagram az általunk készített kérdőív eredménye alapján

Arról viszont, hogy hányan vettek már igénybe ilyen közösségi szolgáltatásokat elmondhatjuk, hogy a Waze alkalmazást kivéve a döntő többség még egyáltalán nem próbálta ki a felsorolt lehetőségeket (lásd 3. ábra). A magánszállás, a biciklikölcsönzés és a telekocsizás esetében 17%-uk nyilatkozott úgy, hogy igénybe vette, illetve még a közösségi taxizást 15%-uk, de a többi esetében 10% alatt van a kipróbálás aránya.



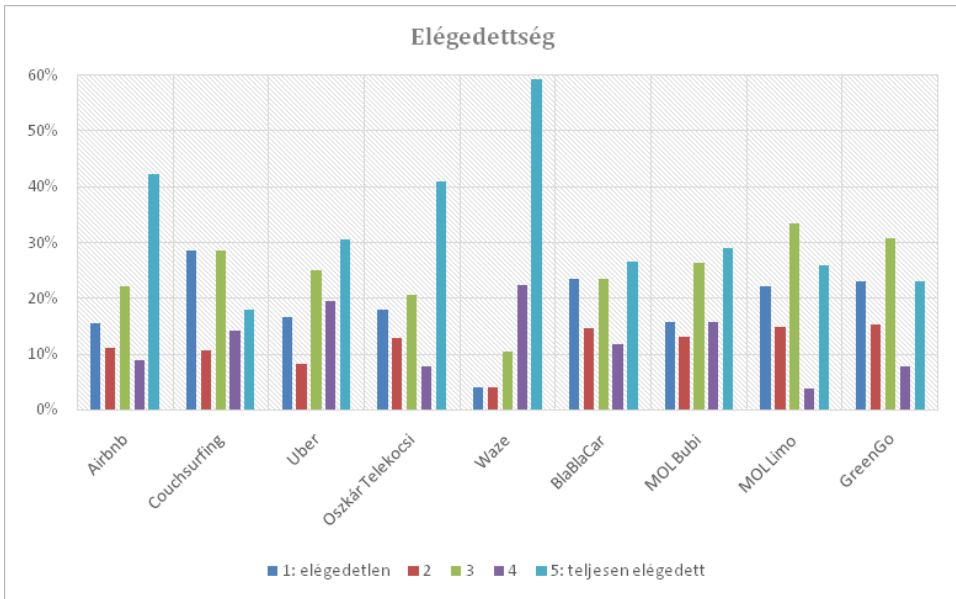
3. ábra: A megosztásra épülő szolgáltatások igénybevételének aránya. Forrás: saját szerkesztés az általunk készített kérdőív eredménye alapján

A jövőre vonatkozóan, hogy mennyire nyitottak a kipróbálásukra, a Waze navigáció kiugró eredménye nem meglepő (67%), majd utána a MOL Bubi biciklikölcsönzés szerepel. A leginkább elutasított a Couchsurfing (20%), míg a többi lehetőség közel egy szinten tart fenn érdeklődést, melyek közül a magánszállás kiadás emelkedik ki némileg 43%-kal.

A vélemények meglehetősen megoszlanak a megítélésüket illetően. Bár többségben vannak, akik pozitívan reagáltak, üdvözlik ezeket a megoldásokat, korszerűnek gondolják, kifejezik, hogy ez a jövő, sokan vannak, akik kinyilvánítják bizalmatlanságukat velük szemben, különösen abban az esetben, ha a szolgáltatók adóelkerülésre kívánják használni⁴³. Volt, aki leírta, hogy szerinte a szabályozó környezet nem érett még meg ezen eszközök kezelésére, vagy aki kijelentette, hogy neki a kényelem elsődleges, így nem nyitott ezekre az alternatív lehetőségekre. Úgy gondoljuk, hogy nem vagyunk egyformák, nem ugyanolyan módon reagálunk dolgokra, így valaki az új emberi kapcsolatok lehetőségét látja a közösségi gazdaság megnyilvánulási formáiban, és azt, hogy ezek a találkozási pontok kapcsolatokat, közösségeket építenek, mások pedig nagyfokú bizalmatlansággal, előítéletekkel fordulnak feléjük. Úgy véljük, hogy a reakciók nagyban összefüggnek a nyitottsággal az újszerű, kreatív ötletek befogadására vonatkozóan. A telekocsizásra vonatkozóan többen válaszoltak úgy, hogy segíthet a káros anyag kibocsátás, valamint az utakon közlekedő autók számának csökkentésében, de volt olyan vélemény is, hogy globálisan nem oldja meg a közlekedés problémáját.

Azon körben végzett felmérés szerint, akik már használták a közösségi gazdaság itt felsorolt eszközeit, a használatukra vonatkozó elégedettséget általában meg tudták erősíteni (lásd a 4. ábrán). Ez alól kivétel a Couchsurfing, a MOL Limo és GreenGo autókölcsönzés, ahol többen vannak az elégedetlenekek, mint akik elégedettek voltak a használatukkal.

43 E modellek valóban alkalmasak adóelkerülésre, az alacsonyabb adóteher választása azonban önmagában még nem jogellenes. Az Airbnb tételes átalányadózásának választása például számottevő adóelőnyt jelent a lakásukat hosszútávra kiadók adóterheivel szemben, de ennek a jogszabály által biztosított lehetőségnek az alkalmazása kizárólag csak a körülmények és részletszabályok technikai-adminisztratív kijátszásával, illetve a jogalkotó céljától eltérő felhasználással válik jogellenes magatartássá. Vö. ERCSEY Zsombor: *A pénzügyi jog két évtizedes fejlődése*, In: MISKOLCZI BODNÁR Péter; KUN Attila; BOÓC Ádám (szerk.): *Gazdaság és jog: húsz év jogalkotási fejleményei a civilisztika területén*. Budapest, Károli Gáspár Református Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar, 2020, 141.

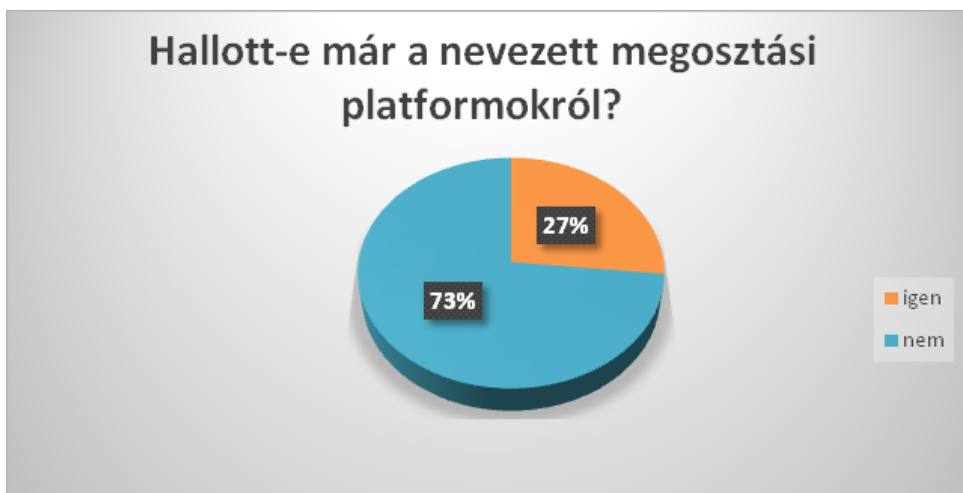


4.ábra: A Sharing Economy vállalkozásokra vonatkozó elégedettség. Forrás: saját szerkesztés az általunk készített kérdőív eredménye alapján

Ebben a felsorolásban is a Waze toronymagasan vezet, ami nem meglepő, hisz a legegyszerűbb elérhetőséggel rendelkezik, csak egy mobiltelefonos applikációt kell letölteni hozzá. A vele kapcsolatos vélemények is ezt tükrözik, hisz sokan hangsúlyozták, hogy milyen hasznos tud lenni a nagyvárosi dugók, egyéb útkadályok elkerülésében, a menetidő számításához. Az Airbnb magán szálláskiadás elégedettsége és ismerősöknek való ajánlása is kiemelkedik a többi szolgáltatás közül. A vélemények már jobban megoszlanak, hisz a pozitív megnyilvánulások, mint kedves, segítőkész vendéglátó, kedvező ár-érték arány, rugalmasság mellett van, aki arra panaszkodott, hogy nem az ígért minőséget kapta, vagy nem volt szimpatikus a tulajdonos, azonfelül alacsony színvonalú volt a szállás. A többi eszköznel mind az elégedettség, mind az ezzel összhangban az ismerősöknek való ajánlásban a pozitív értékelés több, mint a negatív. Ez alól csak a Couchsurfing képez kivételt. A megosztott vélemények között a telekocsizásra vonatkozóan szerepelnek a kellemes, jó hangulatú beszélgetések érdekes emberekkel, ismerkedés, kényelem, gyorsaság ugyanakkor a nem megbízható, modortalan sofőr, veszélyes vezetési stílus, útlemondás, vagy éppen az erőltetett beszélgetés egy idegen emberrel zenehallgatás helyett. A MOL Bubi biciklikölcsönzés valakinek élményt jelent,

valakinek pedig nehézséget, például mert behatárolt az ideje, amíg egy következő állomásra kell érkezni vele.

A további közösségi eszközök, mint megosztási platformokra való rákérdezésnél a felsorolt kezdeményezésekről (Rukkola.hu, miutcank.hu, otthonrol.hu, veddberbe.hu, tickething.hu, TaskRabbit) a válaszadók közel háromnegyede nem is hallott, ahogy azt a 5. ábra is mutatja.



5. ábra: Konkrét megosztási platformok ismertsége. Forrás: saját szerkesztés primer felmérés alapján

Akik a véleményüket is elmondták róluk, azok között egyértelműen többségben vannak, akik üdvözlik és jónak tartják ezen ötleteket, jó kezdeményezésnek gondolják őket. Érdekesnek és hasznosnak, valamint gazdaságosnak nyilvánították ezeket, melyek megkönnyítik a mindennapokat. Ennek ellenére azon kérdésnél, hogy mennyire lenne nyitott ezen megosztási platformok kipróbálására, a megkérdezettek kevesebb, mint fele fejezte ki álláspontját pozitívan. Kevesebb, mint 39% szívesen venne igénybe ilyen platformokat, 13%-a pedig kizárta ennek a lehetőségét.

6. Következtetések, javaslatok

„Kijelenthetjük, hogy az elmúlt és minden bizonnyal a következő évek egyik legfontosabb globális üzleti trendjéről és sikertörténetéről beszélhetünk esetünkben, [...] melyek jelentősen meg fogják változtatni az üzleti környezetet.”

⁴⁴ „A sharing economy modell egyre gyorsuló térnyerése tagadhatatlan tény és alapjaiban forgatja fel a klasszikus üzleti berendezkedést.”⁴⁵

Már e két fent említett kijelentés is jelzi a téma jelentőségét és azt a jövőbeli helyzetet, hogy a közösségi gazdaság üzleti modelljéhez viszonyulniuk kell a piaci szereplőknek, az állami intézményeknek, jogalkotóknak, hatóságoknak, és maguknak az embereknek. Bár jelenleg az ismertségük sokkal nagyobb, mint a szolgáltatások igénybevétele, – ezt megerősítette az általunk készített kérdőíves felmérés is –, úgy véljük, hogy ez az állapot csak egy ideig marad így, hisz már a közeli jövőre nézve is előre jelezhető, hogy ezeket a szolgáltatásokat egyre többen fogják igénybe venni.

A fentiekén túl a bemutatott modell, és valamennyi napjainkban jelen lévő átalakuló folyamat kiemelt hatást gyakorolhat valamennyi gazdasági ágazatra. A vállalatoknak ezért folyamatosan nyomon kell követniük a körülöttük zajló változásokat, tekintve, hogy az új nézőpontok hatékony menedzselése és összehangolása növelheti a vállalati eredményességet, és irányadó módon befolyásolhatja napjaink vállalati gyakorlatát. A szükséges eszközök alkalmazása, valamint a vezetői menedzsment megoldások újraformálása is jelentősen támogathatja a fenti folyamatok hatékonyságát.⁴⁶ Reméljük sikerült egy időszerű témában mélyebbre ásni, rámutatni fontosságára. Az Európai Unió is aktuálisan foglalkozik a témával, ajánlásokat adva a tagállamok részére, hogy alakítsák ki a szabályozásukat, az üzleti modellhez való viszonyulásukat. Ugyanakkor magának a jelenségnek olyan előrevívő, jövőbe mutató pozitív hozadéka is vannak, például a hagyományos gazdasági szervezetek részéről, ami a fogyasztóknak jelentenek közvetlen előnyöket. Kijelenthető, hogy annak érdekében, hogy a hagyományos vállalatok versenyképesek tudjanak maradni, nem hagyhatják figyelmen kívül, hogy fejlesszék szolgáltatásaik színvonalát. Ebből a helyzetből viszont leginkább a fogyasztók profitálnak. Mert, hogyha a fogyasztók motivációinak szemszögéből tekintünk a tárgykörre, akkor mindig lesz igény ezekre a szolgáltatásokra, amennyiben pénztárcabarátok, közösségi élményt nyújtanak, kényelmesek, gyors reagálásúak, és még kiegyensúlyozott minőségű, egyedi szolgáltatást is képesek biztosítani. Ha ehhez társul egy olyan szabályozási környezet, amely egyértelmű szabályokat fektet le, ami

44 PRICEWATERHOUSECOOPERS MAGYARORSZÁG i.m. 5.

45 Uo. 28.

46 KARMAZIN György – Tóth Róbert: Az ellátásilánc-menedzsment szervezeti struktúrájának alapjai. *Logisztika – Informatika – Menedzsment*, 2016, 1 (1), 50-58.; TÓTH Róbert – Túróczi Imre – SZIJÁRTÓ Boglárka – MESTER Éva: Gazdaságélénkítő és versenyképeséget erősítő megoldások a vidéki térségekben. *A Falu*, 2017, 32 (3), 57-66.

garantálja a használók számára a biztonságot, a védelmet, és ami a fogyasztók javára van, akkor úgy véljük, nem szükséges túlságosan hangsúlyozni, hogy az effajta üzleti modell népszerűsége milyen távlatokat vetít elénk.