

# DOKTORI (PhD) ÉRTEKEZÉS

Kovács Tünde Zita

Debrecen

2023

**DEBRECENI EGYETEM**  
**GAZDÁLKODÁSTUDOMÁNYI KAR**

**IHRIG KÁROLY GAZDÁLKODÁS- ÉS SZERVEZÉSTUDOMÁNYOK**  
**DOKTORI ISKOLA**

*Doktori iskola vezető:* **Prof. Dr. Balogh Péter** egyetemi tanár, DSc

**A PLATFORM ALAPÚ, KERESLET-ELV VEZÉRELT**  
**VÁLLALKOZÁSOK TEVÉKENYSÉGÉNEK**  
**ÉRTÉKELÉSE**

*Készítette:*

**Kovács Tünde Zita**

*Témavezető:*

**Prof. Dr. Nábrádi András**

egyetemi tanár

**DEBRECEN**

**2023**

## A doktori értekezés betétlapja

### A PLATFORM ALAPÚ, KERESLET-ELV VEZÉRELT VÁLLALKOZÁSOK TEVÉKENYSÉGÉNEK ÉRTÉKELÉSE

Értekezés a doktori (PhD) fokozat megszerzése érdekében  
a gazdálkodás és szervezéstudományok tudományágban

Írta: **Kovács Tünde Zita** okleveles közgazdász

Készült a Debreceni Egyetem Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok doktori  
iskolája keretében

Témavezető: Prof. Dr. Nábrádi András

A doktori szigorlati bizottság:

elnök: Dr. ....  
tagok: Dr. ....  
Dr. ....

A doktori szigorlat időpontja: 20... ..

Az értekezés bírálói:

Dr. ....  
Dr. ....  
Dr. ....

A bírálóbizottság:

elnök: Dr. ....  
tagok: Dr. ....  
Dr. ....  
Dr. ....  
Dr. ....

Az értekezés védésének időpontja: 2023. ....

## NYILATKOZAT

Alulírott, **Kovács Tünde Zita** (szül.: Nagyvárad, 1978.09.02) büntetőjogi és fegyelemi felelősségem tudatában kijelentem és aláírással igazolom, hogy a doktori (Ph.D) fokozat megszerzése céljából benyújtott értekezésem kizárólag saját, önálló munkám.

Nyilatkozom továbbá, hogy:

- az Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola szabályzatát megismertem, és az abban foglaltak megtartását magamra nézve kötelezően elismerem;
- a felhasznált irodalmat korrekt módon kezeltem, a disszertációra vonatkozó jogszabályokat és rendelkezéseket betartottam;
- a disszertációban található másoktól származó, nyilvánosságra hozott vagy közzé nem tett gondolatok és adatok eredeti lelőhelyét a hivatkozásokban, az irodalomjegyzékben, illetve a felhasznált források között hiánytalanul feltüntettem a mindenkori szerzői jogvédelem figyelembevételével;
- a benyújtott értekezéssel azonos, vagy részben azonos tartalmú értekezést más egyetemen, illetve doktori iskolában nem nyújtottam be tudományos fokozat megszerzése céljából.

Debrecen, 2023. július 24.

---

Kovács Tünde Zita

## TARTALOMJEGYZÉK

|                                                                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| BEVEZETÉS.....                                                                                                                                 | 5  |
| 1. TÉMAFELVETÉS ÉS CÉLKITŰZÉS .....                                                                                                            | 7  |
| 2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS .....                                                                                                               | 17 |
| 2.1. A szcientometriai áttekintése módszertana.....                                                                                            | 17 |
| 2.2. A közösségi gazdaság szakirodalmának áttekintése .....                                                                                    | 20 |
| 2.3. A közösségi gazdaság szakirodalmának rendszerezése .....                                                                                  | 25 |
| 2.3.1. A piros klaszter – a digitális gazdaság és működésének jellemzői .....                                                                  | 27 |
| 2.3.2. A zöld klaszter – a megosztáson alapuló gazdaság jellemzői a fogyasztó<br>szemszögéből vizsgálva .....                                  | 29 |
| 2.3.3. A kék klaszter – a platform alapú turizmus és vendéglátás vizsgálata .....                                                              | 30 |
| 2.3.4. A sárga klaszter – a felhasználói magatartás és a belső motivációk módosulása ...                                                       | 32 |
| 3. ANYAG ÉS MÓDSZER.....                                                                                                                       | 35 |
| 3.1. A PaKe vezérelt üzleti vállalkozások fogalmi körének behatárolása .....                                                                   | 35 |
| 3.2. A PaKe vezérelt vállalkozások .....                                                                                                       | 37 |
| 3.2.1. A PaKe vezérelt vállalkozások ismertségének vizsgálata kvázi longitudinális<br>vizsgálat segítségével Magyarországon és Romániában..... | 39 |
| 3.2.2. Többváltozós adatelemzés: a Probit modell (2018-as kérdőív alapján).....                                                                | 40 |
| 3.3. A digitális technológiák integráltsága az Európai Unióban.....                                                                            | 40 |
| 3.3.1. $\sigma$ - és $\beta$ -konvergencia .....                                                                                               | 40 |
| 3.3.2. A korrelációs együttható meghatározása.....                                                                                             | 42 |
| 3.3.3. Főkomponens analízis (PCA).....                                                                                                         | 42 |
| 3.4. Magyarországi és romániai vállalkozások digitális felkészültsége .....                                                                    | 44 |
| 4. VIZSGÁLATI EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE .....                                                                                              | 45 |
| 4.1. A PaKe vezérelt üzleti modell rendszertana (taxonómiája).....                                                                             | 45 |
| 4.1.1. A PaKe vezérelt üzleti modell meghatározása .....                                                                                       | 45 |
| 4.1.2. A PaKe vezérelt üzleti modell fő kategóriái .....                                                                                       | 49 |
| 4.1.3. Az újraelosztó piac szegmentációja .....                                                                                                | 54 |
| 4.1.4. A termékszolgáltató piac szegmentációja .....                                                                                           | 55 |
| 4.2. A PaKe vezérelt vállalkozások .....                                                                                                       | 60 |
| 4.2.1. A PaKe vezérelt vállalkozások ismertségének vizsgálata kvázi longitudinális<br>vizsgálat segítségével Magyarországon és Romániában..... | 60 |
| 4.2.2. Többváltozós adatelemzés: a Probit modell (2018-as kérdőív alapján).....                                                                | 71 |
| 4.3. A digitális technológiák integráltsága az Európai Unióban.....                                                                            | 80 |
| 4.3.1. A DESI-index $\sigma$ -konvergenciája .....                                                                                             | 80 |

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3.2. A DESI-index $\beta$ -konvergenciája.....                                 | 81  |
| 4.3.3. Korrelációs mátrix .....                                                  | 83  |
| 4.3.4. Főkomponens analízis (PCA) .....                                          | 85  |
| 4.4. Magyarországi és romániai vállalkozások digitális felkészültsége.....       | 95  |
| 4.4.1. A felmérésben részt vevő vállalkozások általános ismérvei.....            | 95  |
| 4.4.2. A vállalkozások digitális felkészültsége .....                            | 100 |
| 5. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK .....                                             | 110 |
| 6. AZ ÉRTEKEZÉS FONTOSABB MEGÁLLAPÍTÁSAI, ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ<br>EREDMÉNYEI..... | 116 |
| ÖSSZEFOGLALÁS.....                                                               | 117 |
| SUMMARY .....                                                                    | 122 |
| IRODALOMJEGYZÉK.....                                                             | 127 |
| SAJÁT PUBLIKÁCIÓK JEGYZÉKE.....                                                  | 140 |
| TÁBLÁZATJEGYZÉK .....                                                            | 144 |
| ÁBRAJEGYZÉK .....                                                                | 145 |
| MELLÉKLETEK.....                                                                 | 147 |
| KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS .....                                                        | 158 |

## BEVEZETÉS

Hosszú évtizedeken keresztül a vállalkozások egy jól meghatározott séma szerint működtek/működnek, ezeket nevezzük hagyományos, értéklánc alapú vállalkozásnak (*pipeline businesses*), ahol az értékteremtés egy lineáris tevékenységsorozat mentén zajlik, az érték pedig balról jobbra mozog: baloldalon a vállalat költsége, a jobb oldalon pedig a vállalat bevétele képződik. A vállalat értéklánca olyan tevékenységi sorozatokból áll, ahol erőforrásokból különböző transzformációk útján olyan nagyobb értéket állítanak elő, amely alkalmas arra, hogy fogyasztói igényt elégítsen ki, nyereség elérése mellett (CHIKÁN, 1997; EISENMANN, PARKER, és VAN ALSTYNE, 2006). Vagyis, az értékteremtési folyamat a szervezeten belüli tevékenységek szigorú felügyelete mellett jön létre. Egy értéklánc alapú vállalkozásnál erőforrás alapú gazdálkodás zajlik, és ereje abban rejlik, hogy birtokában van adott esetben egy ritka, esetleg kizárólagos erőforrás(ok)nak és/vagy képesség(ek)nek, amely nem másolható(ak) (BARNEY, 1991). Elsődleges célja, hogy optimalizálja az értékláncon belül található folyamatokat, a beszerzéstől, a termelésen át, az értékesítéssel és szervizzel bezárólag. Az egyéni fogyasztónak kínált értéket oly módon éri el, hogy a vállalaton belüli folyamatok hatékonyságát maximalizálja, közben pedig védekezik a PORTER (1979) által öt erőként meghatározott, a versenyképességet befolyásoló tényezők ellen. A kínálat-elv vezérelt vállalatok a piac feletti hatalmat az erőforrások ellenőrzése útján érik el, könnyörtelenül növelve a hatékonyságot, és kiküszöbölve az öt erő kihívásait (VAN ALSTYNE, PARKER, és CHOUDARY, 2016).

Mindazonáltal, 2022-ben, a világ tíz legnagyobb piaci tőkeértékkel rendelkező vállalata közül hét digitális platform alapon működik: Apple, Amazon, Microsoft, Alphabet (korábbi Google), Alibaba, Meta és Tesla (VENTURA, 2022). A platform alapú működés a platform, mint üzleti modell holisztikus megközelítését jelenti, amely hálózatépítésre – sok kapcsolattal rendelkező hálózat kiépítésére (BARABÁSI, 2020) – összpontosít, megkönnyítve ily módon két vagy több csoport között az interakciót. A platform további szerepei: a résztvevő felek megfelelő illesztése, az egyezések megtalálása, ezzel segítve az együttműködés létrejöttét; a tranzakció biztonságos létrejöttét szolgáló technológia biztosítása; az irányítási és felügyeleti rendszer kialakítása, valamint a bizalom kiépítéséhez, a minőség fenntartásához és a kívánt hálózati hatás eléréséhez szükséges szabályok és szabványok meghatározása és alkalmazása (HERMANS, 2015). A platform alapon működő vállalatokat esetében a költségek és a bevételek mindkét szegmens (eladó és vevő) oldalán képződnek, és bár mindkettő kiszolgálása költségekkel jár, bevételek is származnak mindkét oldalról (EISENMANN et al., 2006). A platform alapú vállalatok esetében

a Porter-i öt versenyerő<sup>1</sup> lehet akár a fokozatos növekedés elősegítői (*accretive external forces*), ahol az egyes csoportok - melyeket többnyire fogyasztókra és a beszállítókra osztunk fel - hálózata felhasználható, mint erőforrás.

2020-ban, a World Economic Forum éves konferenciáján kiemelt napirendi pontként szerepelt az üzleti modellek átalakulása (tekintve, hogy a politikai, gazdasági és társadalmi prioritások megváltoztatják a kereskedelmi és fogyasztási szokásokat) valamint a negyedik ipari forradalmat vezérlő technológiák irányítása, hogy azok az üzleti élet és a társadalom javát szolgálják, ugyanakkor minimalizálva a rájuk eső kockázatokat, mint például az egyenlőtlenség, digitális biztonság, alapvető iparági zavarok, etikai problémák stb. (SDG KNOWLEDGE HUB, 2020). A folyamatban lévő szerkezeti átalakulások, változások, kihívás elé állítják az értéklánc alapon működő vállalatokat, a digitális platform és ökoszisztéma modellek használatát illetően. Fontos lenne megérteniük a platform alapon működő vállalkozásokat, hogy megtalálják helyüket a következő iparszerkezetben, hiszen becslések szerint a globális gazdasági tevékenység több mint 30%-át – mintegy 60 milliárd \$ - a platformok közvetítetik 2025-ben (ROSENFELD, BORRUSO, és SIMCOCK, 2018). 2018-tól kezdve már Európában is évente megrendezésre kerülő csúcstalálkozót szerveznek a platform alapon működő vállalkozások stratégiai kihívásainak megvitatására.

Kutatásom célkeresztjében a digitális platform alapon működő vállalkozások állnak, különös tekintettel a platform alapú és kereslet elv (röviden PaKe) vezérelt, másnéven *közösségi gazdaságként* aposztrofált vállalkozások, mint annak egy meghatározó szegmense. A közösségi gazdaság komplett iparágakat forradalmasított azáltal, hogy egyszerű fogyasztók léphettek elő szolgáltatókká, és ezzel egy olyan területre merészkedtek, ami addig a profi értékesítők kizárólagos szférája volt. A SCHUMPETER (1942) által csak kreatív rombolásnak (*creative destruction*) nevezett fogalom mára globális üzleti tendenciákat generált, közülük csak a legnagyobbakat említve: Uber (közösségi autózás – *ridehailing*), Airbnb (lakásmegosztás), TaskRabbit (szabadúszók piaca – *freelance lab*), Kickstarter (közösségi finanszírozás – *crowdfunding*), Waze (közösségi online navigáció), Etsy (online kézműves piac), ThredUp (használt ruházat) vagy a Kaptár (közösségi irodák – *coworking offices*).

---

<sup>1</sup> A Porter-féle öt versenyerő: új belépők fenyegetése, helyettesítő termék veszélye, vevők alkuereje, beszállítók alkuereje és az iparági versenytársak.

## 1. TÉMAFELVETÉS ÉS CÉLKITŰZÉS

A 21. század az információn alapuló gazdaság növekvő térnyerését hozta. A fenntarthatósági kérdések az ökonómiában is a változás szelét rebegtették. A kialakult és immáron bárki számára könnyedén hozzáférhető világháló (internet) maga után vonta a lokális és a globális közösségek kialakulását, a mesterséges intelligencia (AI) és a big-data elemzés pedig leegyszerűsítette a kereslet és a kínálat egymásra találását. A digitalizáció, mint technológia, lehetővé tette az üzleti platformok egyszerű és olcsó létrehozását, skálázhatósággal (méret igény szerinti növelése, vagy épp csökkentése) (EISENMANN et al., 2006; HOMMEL és BICAN, 2020; RUUTU, CASEY, és KOTOVIRTA, 2017). Bármilyen jól is cseng, hogy a közösségi gazdaságot kulturális-, társadalmi- és környezetvédelmi megfontolások táplálják, WALLENSTEIN és SHELAT (2017) fogyasztói kutatásai mégis azt igazolták, hogy a mindenkori gazdasági helyzet, nem pedig az emberi szükségletek és igények változása a működtetője e gazdasági modellnek. A digitalizáció az információ továbbításában hordoz újdonságelemeket, amely önmagában csak egy eszköz, nem pedig a cél (TAKÁCS, 2022).

A kutatási témám újszerű eleme mellett van egy olyan alkotóeleme, amely az emberiséggel egyidős, amely a gazdasági szereplők kapcsolatépítésének és tartásának a módjára vonatkozik. Ez a megosztás. A megosztás mindig is szerves részét képezte az emberi létnek, sőt, egyes elméletek szerint a magántulajdon fogalma csak sokkal később – alig 11.000 évvel ezelőtt – alakult ki, amikor az emberek egy része felhagyott a halászó-vadászó életmóddal, és gazdálkodással, földműveléssel kezdett el foglalkozni (BOWLES és CHOI, 2013). Csupán a 20. század elejére visszatekintve, azóta is több ízben megmutatta magát a megosztás ereje. A megosztáson alapuló együttműködések azonban mindig a társadalom számára kritikus pillanatokban erősödtek meg, majd annak elteltével idővel a homályba vesztek.

A teljesség igénye nélkül kerestem bizonyítékokat a megosztáson alapuló együttműködésekre:

- 1909: Tíz zsidó férfi és két nő Izraelben (akkor még Palesztína) megalapítja az első sikeres kibucot, a Deganját. A kibuc jelentése mezőgazdasági jellegű közösségi szervezet. Az első kibucok alapítói az Orosz Birodalomból kivándorolt zsidók, akik túléltek a kisinyovi pogromot. A kibucok a közösség tagjainak kölcsönös felelősségvállalására épültek, ahol a tagok minden anyagi javat megosztottak egymással, a magántulajdon csak a legszemélyesebb tárgyakra vonatkozott. A kibucok által hirdetett közösségi életforma napjainkban is több ezer, elsősorban külföldi fiataalt vonz Izraelbe.

- 1914: Jitney-bus, avagy az első telekocsi rendszer (San Fransisco, USA), melynek megjelenése egybeesik a Ford T-modell elterjedésével. Az I. Világháború idején jelentkező recesszióban, Amerika utcáit elárasztották az olcsó, új autók. A vállalkozókedvű, ugyanakkor állástalan autótulajdonosok autóik szabad ülőhelyeit kezdték el kínálni, az akkori villamosjegy árért. A mozgalom kilenc hónap alatt szétterjedt az egész keleti parton, megmutatva ezzel a telekocsizásban rejlő óriási potenciált. 1918-ra új felelősség szabályozási rendszert vezetnek be, amely tulajdonképpen megszüntette a telekocsizás intézményét az amerikai városokban.
- 1941: A II. Világháború idején az amerikai kormány, közösen az olajipari tervezésért felelős *Petroleum Administration for War* (PAW) szervezettel indított kampányt a telekocsizás mellett, arra bízta az autótulajdonosokat, hogy vegyenek fel utasokat maguk mellé, ne egyedül utazzanak. Később több résztvevővel is bővült a kezdeményezés, beszálltak az autógyárók, az olajipar, a polgárok is bőrükön kezdték megtapasztalni a nemzeti vészhelyzet hatásait. Mindezek és a propaganda eredményeként megváltoztak a fogyasztói szokások, a telekocsizás a mindennapok részévé vált. A háború befejeztével, amikor már nem volt tovább szempont a tartalékok képzése, megőrzése, a gazdaság ismét felélénkült, a telekocsizás szépen lassan kikopott a köztudatból.
- 1943: 22 fiatal parasztember Felsőszeliben (korábbi Magyarország, ma Szlovákia) társasági szerződést köt az állami támogatással vásárolt traktorok megosztott használatára. A cél a mezőgazdasági eszközök gazdaságos kihasználásának növelése a társaság tagjai és külön díj ellenében a külsős felhasználók számára (TAKÁCS, 2022).
- 1958-1959: A bajorországi Buchhofenből indult gépköri mozgalom alapelvei az önszerveződés és a kölcsönös segítségnyújtás. A mozgalom - mely jellemzően nonprofit egyesület formájában szerveződik, és a tagok önkéntes társulás révén jön létre – a mezőgazdasági termelés gazdasági hatékonyságának növelését tűzte ki célul, az erőforrások racionális felhasználásán keresztül (BARANYAI, 2010; TAKÁCS, 2011). A paraszti gazdaságok a fölös kapacitásaikat felajánlják a kapacitáshiánnyal küzdő gazdálkodók számára, továbbá a bajba jutott gazdák feladatának elvégzése, megsegítése, amíg a gazdaság működésében fennálló zavarok fel nem oldódnak. A gépkörök mozgalma nem csupán gazdasági előnyöket kínált, hanem a közösség szolidaritását is növelte (TAKÁCS, 2000).

- 1973-1974: az első olajválság idején Richard Nixon amerikai elnök (1969 – 1974) aláírta az *Emergency Highway Energy Conservation* törvényt, mely amellet, hogy előírta a sebességhatár csökkentését 70-ről 50 mph-ra az autópályákon, tartalmazott egy kormányfinanszírozási programot a telekocsis kezdeményezések számára. Jimmy Carter elnök vezetése alatt (1977 - 1981) is teljes támogatottsága volt a telekocsizásnak, népszerűségének megőrzése érdekében immár környezetvédelmi indokot is társítottak mellé, a légszennyezés csökkentésének formájában. A 70-es évek Amerikájában az autómegosztás kultúrája nagy népszerűségnek örvendett. Egy 1980-ban készített felmérés szerint, az amerikai lakosok közel negyede használta a telekocsit, mint közlekedési eszközt (AMEY, 2010).
- 2008: a „*sharing economy*” üzleti modell, avagy a „hozzáférésen alapuló üzleti modell peer-to-peer<sup>2</sup> piacokon” előretörése, ahol az üzleti modell nem korlátozódik bizonyos iparágakra, mivel elméletileg bármilyen, a fogyasztók tulajdonában lévő termék vagy szolgáltatás közvetítőjeként működhet a fogyasztók között (DERVOJEDA et al., 2013). A megosztáson alapuló gazdaság ismételt térnyerése a társadalmi és gazdasági tényezők változásával magyarázhatók: digitális hálózatok (ún. platformok) terjeszkedése, globalizációs és urbanizációs trendek, gazdasági racionalitás, tulajdonhoz való viszonyulás megváltozása, továbbá a környezettudatos szemlélet növekvő szerepe (OSZTOVITS, KÖSZEGI, NAGY, és DAMJANOVICS, 2015).

A megosztáson alapuló együttműködés megértéséhez a Ronald COASE (1937) nevéhez kapcsolódó *tranzakciós elméletig* kell visszanyúlni. A fogalom a piaci tranzakciók megszervezésének a költségeit jelenti, mint az árazás költsége, szerződések előkészítése, tárgyalása és rögzítése (GOLOVICS, 2021). A gazdaság szereplőit korlátozott racionalitás jellemzi, nincsenek minden - a tevékenységükhöz szükséges - piaci információ birtokában, ezért minden olyan jellegű költség csökkentése, amely a korlátozott racionalitásból fakad, tulajdonképpen a tranzakciós költségek csökkentését eredményezi (WILLIAMSON, 2007). A megosztás kezdetekben csak kisebb közösségekben működhetett, ám a digitális platformok révén e közösségek globális méretűvé való növekedését is lehetővé tették. A tranzakciós költségek elmélete egyfajta magyarázó modellje a különböző struktúrák, jelen esetben a megosztáson alapuló együttműködés modelljének a kialakulására. E gazdasági modell lehetővé

---

<sup>2</sup> p2p - *peer-to-peer*, azaz a személyes értékesítés, amely egyenrangú résztvevők együttműködésén alapuló rendszer, amelyben a hálózat végpontjai közvetlenül egymással kommunikálnak. (MILEFF, 2008)

teszi a szűkösen rendelkezésre álló erőforrások hatékony felhasználásának növelését, valamint a csere lebonyolításához és megszervezéséhez felhasznált erőforrások minimalizálását (KIESER, 1995).

A platformok, és ezen belül a közösségi gazdaság vagy megosztáson alapuló gazdaság olyan társadalmi és gazdasági rendszer, amely az emberi és fizikai erőforrások megosztására utal. Ez jelentheti az áruk és szolgáltatások közös megalkotását, előállítását, kereskedelmét, forgalmazását és fogyasztását szervezetek és egyének részéről (HAGIU, 2009; PARKER, VAN ALSTYNE, és CHOUDARY, 2016). A kifejezés változatos üzleti struktúrákat takar, ahol a gazdasági szereplők közti csere megvalósulhat p2p, p2b<sup>3</sup>, b2p<sup>4</sup> és b2b<sup>5</sup> piactereken, megosztáson és újra felhasználáson keresztül bocsátva rendelkezésre az áruk és szolgáltatások többletkapacitását. A közösségi gazdaság területén működő vállalkozások döntő hányada mikrovállalkozásként vagy egyszerűsített vállalkozói adóalanyként működik, ezért nagyon nehéz megbecsülni a valós méreteit (D. MILLER, 2022). A PwC Magyarország egy kapcsolódó tanulmány szerint (SIMON, 2016) Európában a közösségi gazdaság területén működő vállalkozások 2015-ben 28 milliárd euró jövedelmet generáltak, ám 2025-re – a becslések alapján – ez elérheti akár a 570 milliárd eurót.

A nemzetközi szakirodalom igencsak befogadó a közösségi gazdaság alternatív elnevezéseit illetően, ami nem segíti elő a jelenség megértését, hiszen gyakorta átfedésekkel teli, sokszor tetszőlegesen cserélgetik őket (MARTIN, 2016), egymással határos fogalmak használatát javasolva (1. táblázat):

---

<sup>3</sup> p2b – *peer-to-business*, egyéntől a vállalkozásnak nyújtott szolgáltatás (általában hitelezés kapcsán). (CAVE, 2017)

<sup>4</sup> b2p – *business-to-peer*, vállalkozás nyújt szolgáltatást az egyén számára, tehát fogyasztói piac.

<sup>5</sup> b2b – *business-to-business*, vállalkozástól a vállalkozásnak nyújtott szolgáltatás.

**1. táblázat: A közösségi gazdaság különböző elnevezései**

| Magyar megnevezés           | Angol megnevezés                  | Szakirodalmi forrás                                                                                           |
|-----------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Megosztás alapú gazdaság    | <i>sharing economy</i>            | BENKLER (2004), BOTSMAN és ROGERS (2010b), HEINRICHS (2013)                                                   |
| Közösségi fogyasztás        | <i>collaborative consumption</i>  | BOTSMAN és ROGERS (2010a), HAMARI, SJÖKLINT és UKKONEN (2016), REISCH, THØGERSEN, SCHOR és FITZMAURICE (2015) |
| Felhasználó alapú megosztás | <i>peer-to-peer based sharing</i> | SCHOR (2015)                                                                                                  |
| Tömegalapú kapitalizmus     | <i>crowd-based capitalism</i>     | SUNDARARAJAN (2016)                                                                                           |
| Hakni gazdaság              | <i>gig-economy</i>                | FRIEDMAN (2014), GYULAVÁRI (2019)                                                                             |
| Összekapcsolt fogyasztás    | <i>connected consumption</i>      | REISCH et al. (2015)                                                                                          |
| Hozzáférés alapú gazdaság   | <i>access economy</i>             | ECKHARDT és BARDHI (2015)                                                                                     |
| Kereslet-elvű gazdaság      | <i>on-demand economy</i>          | COCKAYNE (2016), SELLONI (2017)                                                                               |
| Ajándék alapú gazdaság      | <i>gift-economy</i>               | EISENSTEIN (2011)                                                                                             |

*Forrás: saját összeállítás és szerkesztés*

„A közösségi gazdaság (*sharing economy*) egy általános címkévé vált, erős normatív alapokkal.” (ACQUIER, DAUDIGEOS, és PINKSE, 2017, p. 1) A felsorolt kifejezések mindegyike ugyanazt a modellt írja le, csak a gazdaság különböző elemeire helyezi a hangsúlyt. Csupán jelen kifejezésekből is lehet következtetni ennek a gazdasági trendnek néhány kulcselemére, melyek a következők: többlet kapacitás, hálózat, közösség, bizalom, megosztás, bérbeadás, kereslet. A *sharing economy* bár elég elterjedt kifejezés, nem minden esetben jelenti pontosan ugyanazt, mint más, kevésbé népszerű alternatív megnevezései, viszont közismert gyűjtőfogalom, mind a nemzetközi (CHANDLER, 2016), mind a magyar nyelvű szakirodalomban (MOLNÁR, 2017). Ugyanakkor probléma, hogy nincs elfogadott egységes definíciója, illetve keretrendszerű fogalmi lehatárolása a közösségi gazdaságnak.

Ennek megfelelően, első célkitűzésem ( $C_1$ ), hogy a szakirodalom áttekintésével és rendszerezésével olyan egységes fogalmi keret kidolgozása, melynek révén a jelenleginél differenciáltabban értelmezhetők a „platform alapú közösségi gazdasággal” kapcsolatos kutatási eredmények.

*1.Hipotézis ( $H_1$ ): A gazdasági szereplők közötti csere a p2p, p2b, b2p és b2b, azaz a piacterek lehetőséget biztosítanak a platform alapú, kereslet-elv (PaKe) vezérelt vállalkozások fogalmi körének lehatárolására.*

A „kereslet-elv vezérelt” jelzős szerkezet arra utal, hogy a platformok esetében egyenlőtlen, azaz gyengébb pozícióban van a kínálati oldal a keresletihez képest. Bár ez a megállapítás a legtöbb offline piaci struktúrára is igaz lehet, azonban a platformok további sajátossága, hogy a keresleti és a kínálati oldal alárendelt szerepet tölt be a platform üzemeltetőjével szemben. A platform nem csupán megteremti a kapcsolatot a szolgáltatók és az igénybe vevők között, hanem algoritmusok és egyéb mechanizmusok révén annak aktív alakítója is.

A közösségi gazdaság típusú vállalkozások fogalmi köre, bár sokrétű és átfedésekkel is terhelt, a jelenleg rendelkezésre álló adatok alapján, az ismertsége meglehetősen korlátozott. A kereslet-elv vezérelt, platform alapon működő közösségi gazdaság típusú vállalkozások történeti háttere másfél évtizedre tekint vissza. Szűkítve a vizsgálati fókuszon, immár az Európai Unió tagállamaira, azon belül pedig Magyarországra és Romániára koncentrálva, második célkitűzésem (C<sub>2</sub>), hogy megvizsgáljam a PaKe vezérelt vállalkozások ismertségét felhasználói és szolgáltatói oldalról egyaránt.

Az Európai Bizottság (továbbiakban EB) felkérésére a brüsszeli Kommunikációs Főigazgatóság 2016 óta eddig három ízben mérte fel a közösségi gazdaság használatát az Európai Unió tagállamaiban, 2016-ban, 2018-ban és 2021-ben. A felmérések célja, hogy képet alkosson a közösségi gazdaság típusú vállalkozások ismertségéről az EU tagállamaiban, felhasználói és szolgáltatói oldalról egyaránt. Céлом, hogy felhasználva az EB megbízásából készült kérdőívek nyomán rendelkezésre álló nyílt hozzáférésű adatbázisokat, mint szekunder kutatási forrást, primer elemzéseket lefolytatva meghatározzam a közösségi gazdaság típusú vállalkozások ismertségében bekövetkező változásokat, keresleti és kínálati oldalról, Magyarország és Románia tekintetében. Az országsoros kiértékelést követően összevetem a két ország válaszadóinak véleményét, keresve az azonosságokat.

*2.Hipotézis (H<sub>2</sub>): A PaKe vezérelt üzleti vállalkozások ismertsége folyamatosan növekszik Magyarországon és Romániában, 2016, 2018 és 2021 éveket alapul véve.*

*3.Hipotézis (H<sub>3</sub>): A PaKe vezérelt üzleti vállalkozások megítélése Magyarországon és Romániában homogén, 2016, 2018 és 2021 éveket alapul véve.*

Maga az EB is igencsak határozatlan a tekintetben, hogy mit is ért közösségi gazdaság alatt. A fent említett három felmérés mindegyikénél más-más meghatározással illette azt. A 2016-os kérdőív még igencsak kezdetlegesnek tekinthető, felfogható egy óvatos puhatolózásnak, hiszen csupán négy kérdést tartalmazott, nem számítva a demográfiai jellegű kérdéseket. 2018-ban egy összetett kérdőív követte (12 kérdés + demográfiai kérdések), amely az együttműködésen alapuló platformok típusait, ismertségét, használati gyakoriságát, elterjedtségét volt hivatott

felmérni az EU minden tagállamában. 2022-ben, már a Covid-19 után, egy kardinális különbség volt tapasztalható. Az EB mintegy figyelmen kívül hagyta a közösségi gazdaság sokoldalúságát, mely szinte a teljes szolgáltatási palettát lefedte, és amely igazolást is nyert a 2018-as felmérés alkalmával, és csak a rövid távú bérlést tekinti, mint közösségi gazdaság ernyője alá tartozó tevékenységnek (a felmérés legalábbis csak az ezirányú tapasztalatokat gyűjti szolgáltatói és felhasználói oldalról).

Az EB 2018-as adatbázisát alapul véve, mint az egyik legkomplexebb felmérés az együttműködő gazdaság használata kapcsán, harmadik célkitűzésemként (C<sub>3</sub>) azt kívántam megvizsgálni, hogy miként befolyásolja a válaszadók kora, neme és foglalkoztatotti státusza a szolgáltatásnyújtási hajlandóságot, valamint a platform alapon kínált szolgáltatások igénybevételét, Magyarországon és Romániában.

*4. Hipotézis (H<sub>4</sub>): Szignifikáns összefüggés van a szolgáltatásnyújtási hajlandóság és a válaszadók kora, neme, valamint foglalkoztatotti státusza között Magyarországon és Romániában.*

*5. Hipotézis (H<sub>5</sub>): Szignifikáns összefüggés van a platform alapon kínált szolgáltatások igénybevétele és a válaszadók kora, neme, valamint foglalkoztatotti státusza között Magyarországon és Romániában.*

Az európai gazdaság versenyképességének feltétele a tudásalapú gazdaság, valamint a kutatási és fejlesztési (K+F) tevékenység támogatása. Míg előbbi szoros összefüggésben áll a humán tőke fejlődésével, minőségi javulásával, addig a K+F tevékenységek az információs és kommunikációs technológia (IKT) integrációját és fejlesztését feltételezik (BASSANINI, SCARPETTA, és VISCO, 2000). A platform alapú működés kritikus összetevője a digitális technológia, melynek tudatos fejlesztése tulajdonképpen a versenyképesség kulcsa. Uniós szinten elsőként 2000-ben, a Lisszaboni Stratégia foglalkozott a versenyképesség tudatos fejlesztésével, melyet 2010-ben az „EU-2020 Stratégia” követett, melynek keretén belül az ez irányú törekvések ismételten megerősítést nyertek (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2010). Ez utóbbi kiemelt kezdeményezése az Európai digitális menetrend (*Digital Agenda for Europe*). A célkitűzések gyors és az ütemezésnek megfelelő megvalósulása végett, a javasolt irányítási keret a továbbfejlesztett digitális gazdasági és társadalmi indexen (DESI) alapul, mely index 2014 óta követi nyomon a tagállamok digitális előrehaladását (BÁNHIDI és DOBOS, 2020). 2021-ben az EB módosította a DESI szerkezetét, a korábbi öt dimenzióról négyre szűkítve azt. Az átalakítás két szakpolitikai kezdeményezés következtében vált szükségessé, melyek az elkövetkező években hatással lesznek az Európai Unióban (EU) zajló digitális átalakulásra: a 2021 februárjában elfogadott Helyreállítási és Rezilienciaépítési Eszköz (*Recovery and*

Resilience Facility – RRF), valamint ugyanazon év márciusi, az Európa digitális évtizedét meghatározó digitális iránytű. 2021 szeptemberében az EB javaslatot tett a Digitális évtizedhez vezető út (*Path to the Digital Decade*) tervezetre, melyen keresztül megvalósulhat az európai gazdaság és az európai társadalom digitális átalakulása (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2021d).

Jelen pillanatban a DESI index négy fő dimenziót, 10 aldimenziót és 33 egyéni-indikátor értékeit tartalmazza (2. táblázat), és a digitális teljesítményt mérő súlyozásos rendszer szerint rangsorolja az EU tagállamait és kíséri figyelemmel fejlődésüket, melyek az Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (*Organisation for Economic Co-operation and Development* – OECD) iránymutatásai és ajánlásai (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2021b) alapján dolgoztak ki. Adott évben kiadott értékelés az előző év adatait tartalmazza, tehát mindig a már lezárt év eredményeit mutatja. Éppen ezért, a DESI index 2016-2021 időszakra vonatkozó értékek a 2015-2020-ra vonatkozó állapotot tükrözi. A mutatóban szereplő adatokat az EB gyűjti be a tagállamok illetékes szerveitől, továbbá a bizottság számára készített különböző tanulmányokból.

## 2. táblázat: A DESI indexet alkotó fő dimenziók, al-dimenziók és egyéni indikátorok

| DESI2021 fődimenziók                               | Aldimenziók és egyéni indikátorok száma a DESI2021-ben                                                    |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Humán tőke (desi_1)                             | Internet felhasználói készségek és haladó készségek, fejlődésük (2 aldimenzió és 7 egyéni indikátor)      |
| 2. Internet-hozzáférés (desi_2)                    | Vezetékes és mobil szélessávú internet lefedettsége és ára (4 aldimenzió és 10 egyéni indikátor)          |
| 3. A digitális technológiák integráltsága (desi_3) | Digitális intenzitás, vállalatok digitalizáltsága és e-kereskedelem (3 aldimenzió és 11 egyéni indikátor) |
| 4. Digitális közszolgáltatások (desi_4)            | e-kormányzat (1 aldimenzió és 5 egyéni indikátor)                                                         |

*Forrás: Saját szerkesztés (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2021b) alapján*

Országoként a DESI index értéke az egyes DESI fődimenziók egyszerű súlyozott számtani átlagaként van meghatározva:

$$DESI = desi\_1 * 0,25 + desi\_2 * 0,25 + desi\_3 * 0,25 + desi\_4 * 0,25$$

A PaKe a digitális (platform) alapokon nyugvó vállalkozások egy külön csoportját képezi, melynek terjedését segíthetik elő a digitális technológiák integrálását támogató intézkedések, hiszen az 2. táblázatban felsorolt egyéni indikátorok mindegyike a PaKe egy-egy lehetséges alkotóeleme. Negyedik célkitűzésem (C<sub>4</sub>), hogy matematikai-statisztikai módszerek felhasználásával bizonyítékokat keressek a tagállamok digitális fejlődésére, aggregáltan és a tagállamok egymáshoz való viszonyítása alapján, tekintve, hogy a kereslet-elv vezérelt, platform alapon működő vállalkozások is digitális alapokon szerveződnek és működnek. Az EU-hoz a kelet európai bővítések (2004, 2007 és 2013) során csatlakozott tagországok

gazdasági, társadalmi és digitális fejlettségének felzárkózása a régebbi tagokéhoz igen fontos, hiszen a csatlakozás eredményeinek éppen e közeledésben, más néven konvergenciában kell megmutatkozniuk.

A konvergenciára vonatkozó és egyben a hatodik null-hipotézisem a következő:

*6.Hipotézis (H<sub>6</sub>): A DESI index változása alapján feltételezem, hogy nincs konvergencia a tagállamok között.*

A DESI index további elemzéséhez korreláció-analízist és főkomponens-analízist (PCA) alkalmaztam. Az eljárás előnye, hogy a PCA következtében az adatok átláthatóbbá válnak, könnyebben értelmezhetőek az összesített információknak köszönhetően (DE SOLLA PRICE, 1967; MERTON, 1988). Az analízis további előnye, hogy a DESI fődimenziói (EB által megadott súlyok) helyett főkomponens(ek) (PC) mentén határozzuk meg a változók hozzájárulását a DESI indexhez. Ötödik célkitűzésem (C<sub>5</sub>) a DESI indexet alkotó négy főmutató súlyozásának vizsgálata. Jelenleg az EB által alkalmazott egynegyedes súlyozás alapján a főmutatók hozzájárulása azonos, tehát az alkotóelemek mindegyike azonos súlyt képvisel.

A hetedik null-hipotézisem ennek megfelelően a következő:

*7.Hipotézis (H<sub>7</sub>): Feltételezem, hogy a PCA elemzés során kapott első dimenzió komponenseinek (változók) hozzájárulása megegyezik az EB által megadott súlyokkal.*

MERTON (1968; 1988) „Máté-hatás”-ként, Derek J. de Solla Price (1967) „halmozott előny” néven utal a Máté evangélium következő részére: „Mindannak ugyanis, akinek van, még adnak, hogy bővelkedjék; akinek pedig nincsen, attól még azt is elveszik, amije van” (MÁTÉ 25:29, 1993). Mindketten a tudományos munka elismerésében tapasztalt eltérések magyarázata közben tették azt a megállapítást, amelyet a köznyelv csak úgy emleget, hogy „a gazdagabb csak még gazdagabb lesz”. A fogalmat ma már a gazdasági jóléthez, politikai hatalomhoz, presztízshöz, tudáshoz vagy bármely más szűkös vagy értékes erőforráshoz kapcsolódó, önmagát erősítő, az egyenlőtlenségek általános mintázatának a leírására használják (PERC, 2014; RIGNEY, 2010). Az Európai Unió tagállamait csoportosítva különböző ismérvek alapján (EU csatlakozás időszaka és reál GDP/fő mértéke) és ábrázolva azokat a főkomponensek síkján, egyértelműen kijelenthető volt, hogy nem beszélhetünk a tagállamok átlag körüli normál eloszlásáról. Továbbá a vizsgált éveket összevetve, néhány fejlett és fejletlen ország esetében a távolságok még enyhén tovább is nőttek, tehát felmerült bennem a konvergenciák ellenére is fent említett Máté-hatás sejtése. A tanulmányban a DESI index változásán keresztül a hatodik célkitűzésem (C<sub>6</sub>) keretén belül megvizsgáltam, hogy igazolható-e a konvergencia mellett a

Máté-hatás az EU-27 tagállamai között. Következő, nyolcadik null-hipotézisemet ennek megfelelően a következőképpen fogalmaztam meg:

*8.Hipotézis ( $H_8$ ): A DESI index látens változóinak átlaga és varianciája a 2016-2021 időszakban nem igazolja a Máté-hatást.*

A digitális fejlesztések, újítások alaposan átírták a kapcsolatokat, legyen szó akár társadalmi-, akár üzleti kapcsolatokról. Az üzleti kapcsolat, amely egyben társadalmi kapcsolat is, két szervezet/vállalat érintettjei között valósul meg, alapvetően gazdasági célokat szolgáló cserekapcsolat (MANDJÁK és SZÁNTÓ, 2011). Az együttműködés - mint az üzleti kapcsolatok egyik dimenziója – célja, hogy a felek közösen kitűzött és elfogadott céljai megvalósuljanak, tehát az eladó értékesítse a termékét/szolgáltatását, a vevő pedig ezáltal kielégítse valamely szükségletét. Az együttműködés azonban csak egy az üzleti kapcsolatok dimenziójában, követi még az időfaktor, az érdek-érvényesítés készsége, az összekapcsolódás módja, valamint a kölcsönhatás kiterjedtsége.

A platform alapú gazdaságok egyrészt fogyasztói igényt elégítenek ki, másrészt azonban maga a platform infrastruktúrájának a kialakítása, fejlesztése, ökoszisztémájának körkörös bővítése is az értékteremtési folyamat részét képezi (KENNEY és ZYSMAN, 2016).

Az Ipar 4.0 nemcsak a termelési folyamatok teljes újraszervezését jelenti, tehát nem csak technológiai szempontból állítja kihívás elé a vállalkozásokat, hanem a vállalati struktúra újraszervezését is megköveteli. Ez azt jelenti, hogy a vállalkozások kiemelt erőforrásként kell hogy tekintsenek a megszerzett/összegyűjtött adatokra, annak elemzési módozataira, hiszen az ebből leszűrt információk alapján tudják majd elérni, megtalálni a megfelelő partnereket, növelni a piaci részesedését, árbevételét, nyereségét (PWC, 2018).

Hetedik célkitűzésem ( $C_7$ ), hogy egy primer kutatásból származó adatbázis felhasználásával felmérjem, hogy régióink üzleti vállalkozásainál (Magyarország és Románia) milyen mértékben fedezhetőek fel korunk digitális forradalmának a lábnyomai, a vállalati értékláncban hol és milyen mértékben jut szerephez a digitális technológia, elindultak-e a vállalkozások a hálózatosodás útján.

*9.Hipotézis ( $H_9$ ): A magyarországi és a romániai vállalkozások digitálisan felkészültek.*

## 2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A szakirodalmak feldolgozása során azt tartottam szem előtt, hogy egy keretrendszerű fogalmi lehatárolását alkossam meg a közösségi gazdaságnak, és a vele sokszor szinonimaként emlegetett, (1. táblázat)-ban részletezett fogalmaknak.

### 2.1. A szcientometriai áttekintése módszertana

A technológia fejlődése immáron a szakirodalmi áttekintés terén is újdonságokat kínál, az algoritmus alapú scientometriai térképezés segítségével, lehetővé téve a vizsgált terület holisztikus megjelenítését (TRANFIELD, DENYER, és SMART, 2003). A hagyományos szakirodalmi áttekintésekkel szemben, melyek hajlamosak az adatok szubjektív bemutatására és értelmezésére, a szcientometriai áttekintés objektív, következetes, átlátható és reprodukálható eredményeket kínál. Mivel a módszer összetett algoritmusokra támaszkodik, lehetővé válik a vizsgált terület elfogulatlan szemlélete. A szcientometriai áttekintés lehetővé teszi a téma összes tudományos publikációjának a felkutatását, megkönnyítve így a vizsgált terület átfogóbb megértését. Mindemelett, a vizsgált terület vizuális ábrázolásán keresztül alkalmas arra, hogy a meglévő kutatási területeken túl a tudományterület időbeli tendenciáit is azonosítsa.

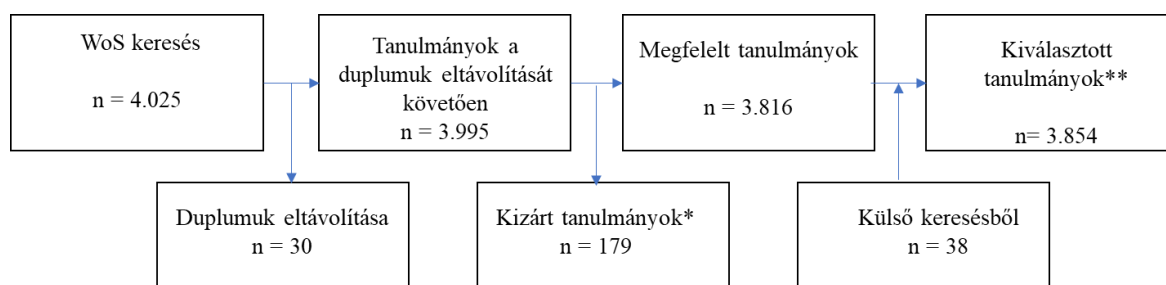
E célkitűzés megvalósítása érdekében, szisztematikusan átkutattam és rendszereztem a szakirodalmat a VOSviewer klaszterező szoftver segítségével, hogy azonosítsam a nagy hasonlóságot kimutató kifejezéseket és azok „pozícióját” a térképen. A szoftver klasztereket alakít ki azáltal, hogy a kifejezések közötti kapcsolatok alapján csomópontokat rendel a hálózatba. Az azonos klaszterekbe sorolt publikációk valószínűleg közös témával rendelkeznek (KOROM, 2019; VAN ECK és WALTMAN, 2010, 2014). A szcientometriai elemzés elvégzésével a meglévő tanulmányokat, publikációkat több, egymással összefüggő klaszterbe rendeztem. Az algoritmikus klaszterezési eljárás lehetővé teszi közösségi gazdaság fogalmainak lehatárolását, és a közösségi gazdasággal kapcsolatos tudományos szakirodalom elemzését, egyetlen vizuális térkép segítségével.

TRANFIELD et al. (2003) három lépést javasol egy átfogó, átlátható és megbízható szakirodalmi áttekintés elvégzéséhez: (1) a kiválasztási protokoll megtervezése és felvázolása, (2) a protokoll végrehajtása és (3) a jelentés. A tervezési szakaszban megjelöltem a kiválasztási protokollt, a keresési stratégiákat, az áttekintés módszereit, valamint a kísérő adatokat és információkat. Ebben a szakaszban kellett döntenem az adatbázis kiválasztásáról. Ehhez a Web of Science Core Collection – Clarivate Analytics (WoS) adatbázist választottam, mint az egyik legnagyobb tudományos adatbázis (CROSSAN és APAYDIN, 2010; PODSAKOFF,

MACKENZIE, PODSAKOFF, és BACHRACH, 2008). A WoS jelentős átfedéseket mutat a Scopus adatbázissal, tehát az eredmények tekintetében csekély eltérések mutatkoznának csupán, különösen annak tükrében, hogy nagy mennyiségű tudományos publikáció kerül összehasonlításra. A publikációk keresési időszaka: 2010. január – 2022. október. 2010 előtt a vonatkozó publikációk száma elhanyagolható, tekintve, hogy a napjainkban működő – a platformok digitális jellege révén újszerűként aposztrofált – közösségi gazdaság első vállalatai 2008-ban jelentek meg, 2022 októbere pedig disszertáció szakirodalmi áttekintésének kezdési időpontját jelöli. Az említett időszakból csak az angol nyelven íródott tudományos cikkek, konferenciaközlemények, korai hozzáférésű cikkek, könyvek és könyvfejezeteket vettem figyelembe.

A szakirodalmi áttekintés módszertanának végrehajtása során a következő volt a műveleti sorrend: (1) keresési kulcsszavak meghatározása, (2) publikációk kiválasztása, valamint (3) adatok kinyerése, feltérképezése és szintetizálása. A kulcsszavak kiválasztásakor olyan terminusokat alkalmaztam, melyeket korábbi tudományos közleményeim során a leggyakrabban használtam a közösségi gazdasággal összefüggésben: „*sharing economy*”, „*collaborative economy*” és „*collaborative consumption*”. Az előzetes keresési feltételeknek alapján 4.025 publikáció volt, amelynek a címében vagy absztraktjában az említett kifejezések megtalálhatóak voltak.

A protokoll végrehajtásának második fázisában a közlemények kiválasztásakor átolvastam a keresési feltételeknek megfelelő 4.025 dokumentum címét, absztraktját és kulcsszavait, mely alapján megítéltem azok relevanciáját. A (1. ábra) keretében részletezett kizárási és befogadási kritériumok alkalmazását követően 3.854 publikációra redukálódott az adatbázisom.



### 1. ábra: A keresés eredményei és a kizárási kritériumok alkalmazása

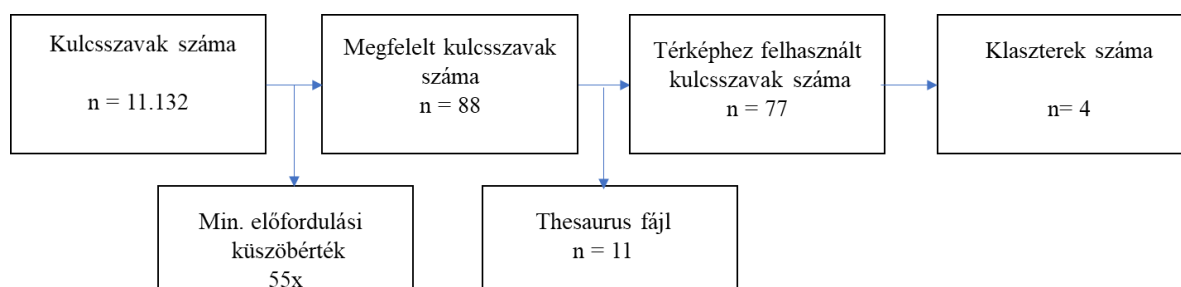
\*A keresési kulcsszavak előfordulnak ugyan, ám a tanulmányok nem kapcsolódnak a közösségi gazdaság vizsgálatához.

\*\* Külső keresésből származó közlemények, melyeket a WoS nem listáz az adatbázisában.

Forrás: Saját szerkesztés

A végrehajtási szakasz harmadik fázisában a feltérképezést és az állapotfelmérést egy innovatív tudománytérképező szoftver segítségével – VOSviewer – hajtottam végre, amely az idézési

tartalomelemzést használja, és vizuális térképen mutatja be a tudományometriai mutatók közötti kapcsolatokat (VAN ECK és WALTMAN, 2014). A VOSviewer bibliometriai szoftver segítségével azonosítottam a leggyakrabban használt fogalmakat a témakörökben (cím, absztrakt és kulcsszavak) és a fogalmak közötti kapcsolatokat. A vizsgált tanulmányokban a szoftver 11.132 db kulcsszót azonosított és a beállított minimum 55-szörös előfordulási arány mellett 88 db kulcsszó érte el a küszöbértéket. Ezek között előfordultak nagyon hasonlóak, ezért ún. thesaurus (fogalomköri gyűjtemény) fájlt használtam az elemzés során ezek összevonására. Például összevonásra került a „business models” és a „business modell”, a „motives” és a „motivations”, vagy a „services” és a „service”. Ez összesen 77 db kulcsszót eredményezett (2. ábra). Ily módon tudtam szisztematikusan feltárni a közösségi gazdaság fogalmán belüli kulcsfogalmakat a témakörök számos terminusának felhasználásával, valamint azt, hogy ezek hogyan kapcsolódnak egymáshoz a szavak gyakorisága (csomópontok nagysága szemlélteti) és az összefüggéseken belüli előfordulása alapján (a pontokat összekötő élek/huzalok vastagsága és hossza). A térkép létrehozásakor megtartottam a szoftver alapértelmezett felbontási beállítását a klaszterek generálásához (*resolution=1*), mint legjobb gyakorlatot egy szcientometriai térképezés során (VAN ECK és WALTMAN, 2010).



**2. ábra: A térképhez használt kulcsszavak kiválasztása**

*Forrás: Saját szerkesztés*

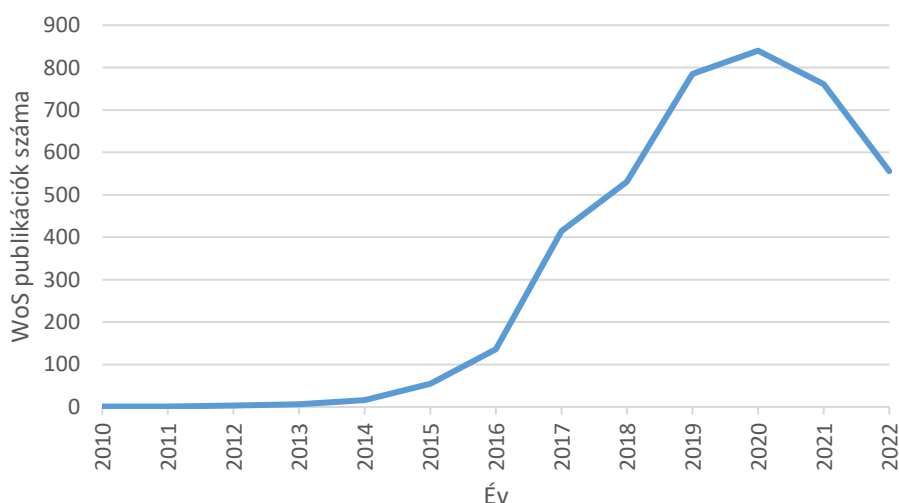
A szcientometriai elemzés háromféleképpen biztosítja az elemzés robusztusságát. Elsőként a VOSviewer algoritmusai alapértelmezésben a térkép vizuális ábrázolását jeleníti meg, ahol a publikációkban használt leggyakoribb kifejezések azonosításával jelzi a terület dinamikáját. Másodsor, az algoritmus a kifejezéseket az idézettségi számok alapján rendezi el, valamint a klasztereken belül a legjelentősebb terminusokat. Ily módon áttekinthető válnak az adatbázis tanulmányaiban leggyakrabban használt kifejezések és témák. Harmadsor, az algoritmus kategorizálja azokat a kifejezéseket, amelyek erősen kapcsolódnak egymáshoz, ugyanazon klaszterbe sorolva őket. Ezt követően megvizsgálhatóak a különböző klasztereket, melyek olyan publikációkat tartalmaznak, amelyek szorosan összefüggő kifejezéseket használnak. ily

módon lehetőség van arra, hogy elemezzem a tanulmányok konvergenciáját és divergenciáját a közösségi gazdaság szakirodalmán belül.

## 2.2. A közösségi gazdaság szakirodalmának áttekintése

A közösségi gazdaság egy igencsak interdiszciplináris téma, ezért törekedtem arra, hogy a legkülönbözőbb tudományterületek főbb áttekintő tanulmányait összegyűjtsem, így módon bemutatva a terület jelenlegi kutatási mintázatát.

BOTSMAN és ROGERS (2010b) együttműködő gazdaság terjedéséről szóló könyvének megjelenését követően a *sharing economy* (SE) a média egyik népszerű és divatos kifejezésévé vált. 2010-es évet követően a közösségi gazdasággal foglalkozó tudományos publikációk száma is növekedésnek indult (3. ábra) és a főként a menedzsment, közlekedés, ellátási lánc és logisztika, fenntarthatóság, valamint a turizmus és vendéglátás tudományterületeihez kapcsolódnak.



**3. ábra: WoS-ben megjelent tudományos publikációk száma évenként (2010-2022)**

*Forrás: Saját szerkesztés a WoS adatbázis alapján*

Az (3. táblázat) összegezi az adatbázis legtöbbet idézett publikációit, így módon szintetizálva a közösségi gazdasággal összefüggő szakirodalmat. Alapvetően két típusú hozzáállás figyelhető meg a közösségi gazdasággal kapcsolatosan. Egyrészt, a közösségi gazdaság megosztáson alapuló ideológiáját támogató tanulmányok (ACQUIER et al., 2017; BENOIT, BAKER, BOLTON, GRUBER, és KANDAMPULLY, 2017; BOTSMAN és ROGERS, 2010b; HEINRICHS, 2013; TAKÁCS és BARANYAI, 2013; ZHANG és MI, 2018), másrészt pedig az ellenzők, szkeptikusok tábor, akiket nem győzött meg a megosztáson alapuló gazdaság retorikája (ECKHARDT és BARDHI, 2015; MOROZOV, 2013; MURILLO, BUCKLAND, és

VAL, 2017). A támogató hangvételű tanulmányok vizsgálják a közösségi gazdaságban részt vevők motivációit felhasználói és szolgáltatói oldalról egyaránt (GUTTENTAG, SMITH, POTWARKA, és HAVITZ, 2018; HAMARI et al., 2016; TAKÁCS, 2017; TUSSYADIAH, 2016). EINAV, FARRONATO és LEVIN (2016) üdvözlí a p2p piacok ama lehetőségét, hogy kis és rugalmas szolgáltatók léphetnek be ily módon a piacra, ugyanakkor a szabályozás fontosságát is hangsúlyozzák. A közösségi gazdaság utat nyitott a p2p szállások felé, mely a turisztikai célpontok bővülését, az utazási gyakoriság és tartózkodási idő növekedését eredményezte (TUSSYADIAH és PESONEN, 2016). ROSENBLAT és STARK (2016) tanulmányában arra hívja fel a figyelmet, hogy a platform üzemeltetője kedvezőbb helyzetben van a felhasználóihoz viszonyítva, az információs aszimmetria következtében, mely hatalmi visszaélésekhez, szélsőséges esetben EDELMAN, LUCA és SVIRSKY (2017) valamint JIN, KONG, WU és SUI (2018) szerint diszkriminációhoz is vezethet. BELK (2014a) véleménye alapján a közösségi gazdaság ernyője alá több olyan tevékenység is bekúszott, amelyek messze állnak a közösségi gazdaság ideológiájától. Ilyen például a rövid és hosszú távú bérbeadás, adatmegosztó oldalak, vagy az online kereskedelmet elősegítő platformok. Ahol jelen van a profit motívum, ahol hiányzik a közösség és a kölcsönösség érzése, az nem lehet közösségi gazdaságnak titulálni. A MARTIN (2016) szerint a közösségi gazdaság a túlfogyasztás kritikájaként jött létre, azonban a rendszer szereplői azt átfogalmazták egy újabb gazdasági lehetőséggé.

**3. táblázat: A közösségi gazdaság területéről legtöbbet idézett tudományos publikációi**

| Szerző                                                         | Hangvétel |          | Tudományterület      |            |       | Téma           |                   |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|----------|----------------------|------------|-------|----------------|-------------------|-----------|
|                                                                | Támogató  | Kritikus | Turizmus-vendéglátás | Közlekedés | Egyéb | Hatásvizsgálat | Definíció alkotás | Reguláció |
| ACQUIER et al. (2017)                                          | ✓         |          |                      |            | ✓     | ✓              |                   |           |
| BARNES és MATTSSON (2016)                                      |           |          |                      |            | ✓     | ✓              |                   |           |
| BELK (2014a)                                                   |           | ✓        | ✓                    | ✓          | ✓     | ✓              |                   |           |
| BENOIT et al. (2017)                                           | ✓         |          |                      |            | ✓     | ✓              |                   |           |
| BOCKER és MEELEN (2017)                                        |           |          |                      |            | ✓     | ✓              |                   |           |
| BOTSMAN és ROGERS (2010b)                                      | ✓         |          |                      |            | ✓     | ✓              | ✓                 |           |
| COHEN és KIETZMANN (2014)                                      | ✓         | ✓        |                      | ✓          |       |                |                   | ✓         |
| CURTIS és LEHNER (2019)                                        | ✓         |          |                      |            | ✓     |                | ✓                 |           |
| ECKHARDT és BARDHI (2015)                                      |           | ✓        | ✓                    | ✓          | ✓     | ✓              |                   |           |
| EDELMAN et al. (2017)                                          |           | ✓        | ✓                    |            |       |                |                   | ✓         |
| EINAV et al. (2016)                                            | ✓         |          | ✓                    | ✓          | ✓     |                |                   | ✓         |
| ERT, FLEISCHER és MAGEN (2016)                                 | ✓         |          |                      | ✓          |       | ✓              |                   |           |
| FRENKEN és SCHOR (2017)                                        | ✓         |          |                      |            | ✓     |                | ✓                 |           |
| GANT (2016)                                                    |           | ✓        | ✓                    |            |       |                |                   | ✓         |
| GUTIERREZ, GARCIA-PALOMARES, ROMANILLOS és SALAS-OLMEDO (2017) | ✓         |          |                      | ✓          |       | ✓              |                   |           |
| GUTTENTAG et al. (2018)                                        | ✓         |          | ✓                    |            |       | ✓              |                   |           |
| HAMARI et al. (2016)                                           | ✓         |          |                      |            | ✓     | ✓              |                   |           |
| HEINRICHS (2013)                                               | ✓         |          |                      |            | ✓     | ✓              |                   |           |
| JIN et al. (2018)                                              | ✓         | ✓        |                      | ✓          |       | ✓              |                   |           |
| KUMAR, LAHIRI és DOGAN (2018)                                  |           |          |                      |            | ✓     |                | ✓                 |           |
| L. J. LIANG, CHOI és JOPPE (2018)                              |           |          |                      | ✓          |       | ✓              |                   |           |

|                                                         |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MAIR és REISCHAUER (2017)                               |   |   |   |   | ✓ |   | ✓ |   |
| MARTIN (2016)                                           | ✓ | ✓ |   |   |   | ✓ |   |   |
| MIN, SO és JEONG (2019)                                 | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ |   |   |
| MOHLMANN (2015)                                         | ✓ |   | ✓ |   |   | ✓ |   |   |
| MOROZOV (2013)                                          |   | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |   |   | ✓ |
| MURILLO et al. (2017)                                   |   | ✓ |   |   |   | ✓ |   | ✓ |
| PAULAUSKAITE, POWELL, COCA-STEFANIAK és MORRISON (2017) | ✓ |   | ✓ |   |   | ✓ |   |   |
| PISCICELLI, COOPER és FISHER (2015)                     |   |   |   |   | ✓ | ✓ |   |   |
| RICHARDSON (2015)                                       | ✓ | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ |   |
| ROSENBLAT és STARK (2016)                               |   | ✓ |   | ✓ |   |   |   | ✓ |
| SCHOR és ATTWOOD-CHARLES (2017)                         |   |   |   |   | ✓ |   | ✓ |   |
| SI, SHI, TANG, WU és LAN (2020)                         | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ |   |   |
| TUSSYADIAH (2016)                                       | ✓ |   | ✓ |   |   | ✓ |   |   |
| TUSSYADIAH és PESONEN (2016)                            | ✓ |   | ✓ |   |   | ✓ |   |   |
| TUSSYADIAH és PESONEN (2018)                            | ✓ | ✓ | ✓ |   |   | ✓ |   |   |
| VALLAS és SCHOR (2020)                                  |   | ✓ |   |   | ✓ | ✓ |   | ✓ |
| ZERVAS, PROSERPIO és BYERS (2017)                       |   |   |   | ✓ |   | ✓ |   |   |
| ZHANG és MI (2018)                                      | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ |   |   |

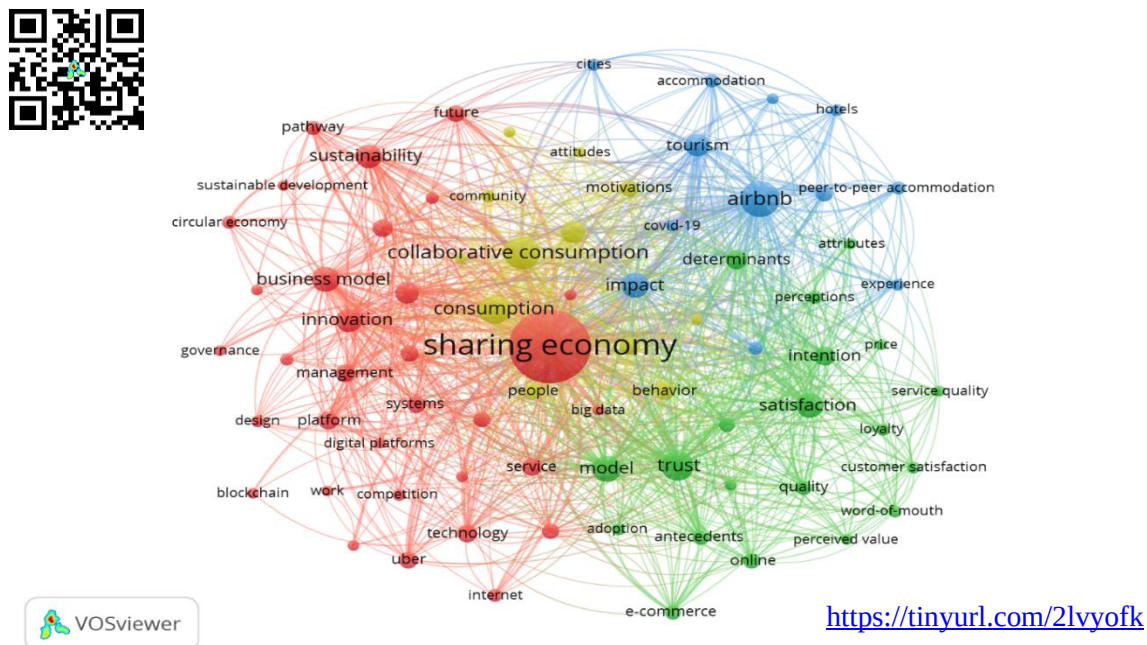
*Forrás: Saját szerkesztés a WoS adatbázis alapján*

A tanulmányok közel fele a szálláshelyszolgáltatás területével foglalkozik (GANT, 2016; HORN és MERANTE, 2017; PAULAUSKAITE et al., 2017; SCHOR és ATTWOOD-CHARLES, 2017), harmada közlekedés megosztással, legyen az autó, kerékpár vagy elektromos roller (COHEN és KIETZMANN, 2014; JIN et al., 2018; MIN et al., 2019; SI et al., 2020), a fennmaradók pedig általánosságban a közösségi gazdasággal foglalkoznak. (BARNES és MATTSSON, 2016; PISCICELLI et al., 2015; RICHARDSON, 2015).

A tanulmányok tematikáját illetően három területet különítettem el. A szakirodalmak többsége valamilyen hatásvizsgálatot tartalmaz, legyen az a fogyasztó/szolgáltató részvételi motivációja a közösségi gazdaságban, újravásárlást befolyásoló tényezők (L. J. LIANG et al., 2018), vagy a környezetre gyakorolt hatások szemszögéből. Motiváció alatt értendők a fenntarthatósági szempontok (HAMARI et al., 2016), gazdasági haszonszerzés (BOCKER és MEELEN, 2017; MOHLMANN, 2015), bizalomra épül kapcsolatok (ERT et al., 2016; TAKÁCSNÉ és BENEDEK, 2016; TUSSYADIAH és PESONEN, 2018) vagy a kényelmi szempontok (GUTIERREZ et al., 2017). Környezetre gyakorolt hatások esetében elsősorban közösségi gazdaság foglalkoztatásra (ROSENBLAT és STARK, 2016; VALLAS és SCHOR, 2020), szállodaiparra (ZERVAS et al., 2017), valamint turisztikai célpontokra (GANT, 2016; GUTIERREZ et al., 2017; TUSSYADIAH és PESONEN, 2016) gyakorolt hatását vizsgálták. Néhány szerző áttekintő tanulmányaival és különböző definíciók alkotásával igyekezett növelni a közösségi gazdaság megértését (ACQUIER et al., 2017; BOTSCHAN és ROGERS, 2010b; CURTIS és LEHNER, 2019; FRENKEN és SCHOR, 2017; KUMAR et al., 2018; MAIR és REISCHAUER, 2017), mások a szabályozás fontosságát hangsúlyozzák (COHEN és KIETZMANN, 2014; EINAV et al., 2016; VALLAS és SCHOR, 2020).

### 2.3. A közösségi gazdaság szakirodalmának rendszerezése

A szcientometriai áttekintés a közösségi gazdasággal összefüggő meglévő szakirodalom négy csoportját azonosította, melyeket piros, zöld, kék és sárga klaszterekként azonosított (4. ábra), és melynek elemeit a (4. táblázat) tartalmazza.



#### 4. ábra: A közösségi gazdaság szcientometriai térképe

*Forrás: VOSviewer, saját adatgyűjtés alapján*

A piros klaszter a platform alapon működő üzleti modellek típusaihoz kapcsolódik; a zöld klaszter a platform alapú üzleti modellek jellemzőit tárgyalja fogyasztói szemszögből; a kék klaszter a platform alapú turizmus és vendéglátás vizsgálatához kapcsolódik; a sárga klaszter a fogyasztói magatartás és a belső motivációk módosulását ábrázolja. E fő klaszterek alapos vizsgálata érdekében az egyes klaszterekben bemutatott témák szerint elemzem. Megjegyzendő, hogy a klaszterek két vagy több, egymással összefüggő alklasztert tartalmaznak, mivel VOSviewer automatikus algoritmikus funkciója a közös kifejezésekkel rendelkező alklasztereket egyesíti. Például a „customer satisfaction” (fogyasztói elégedettség) kifejezés a második, zöld színnel jelölt klaszterben jelenik meg, mely azonban kapcsolódik mind a három másik kutatási klaszterhez is. Minél több közös kifejezés van az alklaszterek között, annál valószínűbb, hogy az alklaszterek egy klaszterbe kerülnek. Ez nem jelenti azt, hogy a „customer satisfaction” nem szerepel a többi klaszterben, csupán azt, hogy a „customer satisfaction” nagyobb valószínűséggel fordul elő a zöld klaszterhez kapcsolódó publikációkban.

4. táblázat: Kulcsszavak klaszterei

| 1. klaszter<br>piros                               |                                                    | 2. klaszter<br>zöld                            | 3. klaszter<br>kék                          | 4. klaszter<br>sárga                                   |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| sharing economy<br>(megosztás alapú gazdaság)      | competition<br>(verseny)                           | trust (bizalom)                                | Airbnb                                      | collaborative consumption<br>(együttműködő fogyasztás) |
| business model<br>(üzleti modell)                  | demand (kereslet, igény)                           | model                                          | impact (hatás)                              | consumption<br>(fogyasztás)                            |
| sustainability<br>(fenntarthatóság)                | entrepreneurship<br>(vállalkozói szemmel)          | satisfaction<br>(elégedettség)                 | tourism<br>(turizmus)                       | economy<br>(gazdaság)                                  |
| innovation<br>(innováció)                          | blockchain                                         | intention<br>(szándék)                         | hospitality<br>(vendéglátás)                | behavior<br>(magatartás)                               |
| framework<br>(keretrendszer)                       | market (piac)                                      | determinants<br>(meghatározó tényzők)          | value co-creation (közös értékteremtés)     | consumer<br>(fogyasztó)                                |
| service (szolgáltatás)                             | work (munka)                                       | online                                         | accommodation (szállás)                     | motivations<br>(motiváció)                             |
| technology<br>(technológia)                        | digital platform<br>(digitális platform)           | reputation<br>(hírnév)                         | peer-to-peer accommodation<br>(p2p szállás) | people (emberek)                                       |
| collaborative economy<br>(együttműködő fogyasztás) | governance<br>(irányítás)                          | antecedents<br>(előzmények)                    | cities (városok)                            | community<br>(közösség)                                |
| management<br>(menedzsment)                        | gig economy (hazni gazdaság)                       | quality (minőség)                              | experience<br>(élmény)                      | sharing<br>(megosztás)                                 |
| platform                                           | big data                                           | e-commerce (e-kereskedelem)                    | hotels<br>(szállodák)                       | sustainable consumption<br>(fenntartható fogyasztás)   |
| future (jövő)                                      | sustainable development<br>(fenntartható fejlődés) | perceptions<br>(észlelés, felfogás)            | Covid-19                                    | attitudes (attitűd)                                    |
| Uber                                               | mobility (mobilitás)                               | customer satisfaction<br>(ügyfél elégedettség) |                                             | co-creation<br>(együtt alkotás)                        |
| strategy (stratégia)                               | perspective<br>(nézőpont)                          | word-of-mouth<br>(szájról-szájra)              |                                             |                                                        |
| systems (rendszerek)                               |                                                    | adoption<br>(adaptáció)                        |                                             |                                                        |
| performance<br>(teljesítmény)                      |                                                    | loyalty (hűség)                                |                                             |                                                        |
| information<br>(információ)                        |                                                    | social media<br>(közösségi média)              |                                             |                                                        |
| pathway (útvonall)                                 |                                                    | service quality<br>(szolgáltatás minőség)      |                                             |                                                        |
| circular economy<br>(körkörös gazdaság)            |                                                    | perceived value<br>(vélt érték)                |                                             |                                                        |
| internet                                           |                                                    | attributes<br>(tulajdonságok)                  |                                             |                                                        |
| design (tervezés, kialakítás)                      |                                                    | price (ár)                                     |                                             |                                                        |

Forrás: Saját szerkesztés a VOSviewer alapján

A 4. ábra az előfordulási gyakoriságot a kifejezés mérete mutatja, azaz a nagyobb csomópontok a kifejezés nagyobb számú előfordulását jelzik.

### **2.3.1. A piros klaszter – a digitális gazdaság és működésének jellemzői**

A piros a legnagyobb klaszter, amint az a kulcsszavak számából is kitűnik, és jellemzően olyan kutatásokat, tanulmányokat tartalmaz, amelyek a platform alapon működő üzleti modellekhez kapcsolódnak. A kutatási kifejezések alapján az alábbi témakörökben születtek tanulmányok: (1) a digitális alapokon nyugvó vállalatok és azok üzleti modelljei, (2) az új gazdasági rendszer munkaerőpiacra gyakorolt hatása, (3) a közösségi gazdaság szabályozása, valamint a (4) a digitális technológia hatása a vállalkozási tevékenységre.

1. Az első témakör az üzleti modellekhez kapcsolódik, ami a közösségi gazdaság ernyője alatt zajló tevékenység szervezési módját illeti. Különböző szerzők, különféle módokon nevezik a platform alapon működő vállalkozásokat, melyek közül a legtöbben megosztás alapú gazdaságként (*sharing economy*) hivatkoznak rá. Ez a kifejezés a vizsgált adatbázisban több mint 7.800 alkalommal fordul elő. Ugyanakkor feltűnik még (mintegy szinonimaként) az együttműködő fogyasztás (*collaborative consumption*), körkörös gazdaság (*circular economy*) és hakni gazdaságként (*gig economy*) is, bár arányaiban jóval kevesebbszer. Több tanulmány is tárgyalja a hagyományos ún. *pipeline* típusú üzleti modellek hanyatlását, szemben a platform alapon szerveződő, a technológiai és kommunikációs fejlesztéseket intenzíven használó vállalkozásokkal szemben (ACQUIER et al., 2017; BELK, 2014b). RICHARDSON (2015) ezt a gondolatmenetet kiegészítve azt állítja, hogy a megosztáson alapuló gazdaság különféle tevékenységeket konstruál, és ezzel egyidőben regnáló gyakorlatokat bomlaszt. FRENKEN (2017) szerint a megosztáson alapuló gazdaság három kiemelkedő terület metszéspontjában jön létre, melyek a (1) p2p csere, a (2) hozzáférés tulajdonlás helyett és a (3) körkörös üzleti modellek. Nézete szerint a megosztáson alapuló gazdaság a jövőben három lehetséges módon fog megnyilvánulni: (1) a kapitalista verzióban monopolisztikus óriás platformok formájában, (2) az államilag kontrollált verzióban, ahol a munkáról a tőkére helyeződik át az adózás, és (3) egy polgár-vezérelt változat, ahol demokratikus ellenőrzés alatt állnak a szövetkezeti tulajdonú platformok. A platformok mindegyike nagymértékben függ a megosztástól és együttműködéstől, és ez alapvetően megkülönbözteti a *pipeline* típusú üzleti modellektől, legyen szó a haszon elosztásának módjáról, politikai befolyásról vagy környezeti hatásról.

2. A közösségi gazdaság munkaerőpiacra gyakorolt hatása igencsak nagy figyelmet kapott az elmúlt időszakban. ROSENBLAT és STARK (2016), valamint JIN et al. (2018) a fuvarmegosztó platformokat használó sofőrök kapcsán azt tapasztalta, hogy az alkalmazások információs és hatalmi aszimmetriát hoznak létre, melynek következtében képes strukturálni a munkavállalók feletti ellenőrzést. A munkavállalók platformtól való függése platformonként változik, bár abban egyetértés van, hogy elősegíti az egyenlőtlen bánásmódot (SCHOR és ATTWOOD-CHARLES, 2017). VALLAS és SCHOR (2020) szerint a platformok olyan megengedő hatalmasságok ebben a kérdéskörben, hogy a tranzakciók felelősségét és ellenőrzését kiszervezik, miközben mégis koncentrált hatalmat gyakorolnak. Éppen ezért a terület mielőbbi szabályozását sürgetik, különösképpen a munkaerő foglalkoztatás terén. A közösségi gazdaság lelkes támogatói ezzel szemben megpróbálják igazolni és normalizálni a rugalmas, ugyanakkor bizonytalan munkát, a szövetkezeti együttműködés, az altruista társadalmi értékek és kapitalista cseréken keresztül (COCKAYNE, 2016; MARTIN, 2016; WOOD, GRAHAM, LEHDONVIRTA, és HJORTH, 2019; ZWICK, 2018)
3. Az előzőekben már érintettem a szabályozás kérdéskörét, hiszen a közösségi gazdaság diszruptív (felforgató) jellegéből adódóan igencsak alulszabályozott. Vannak szerzők, akik a decentralizált, demokratikus irányításban látják a megoldást (FORAMITTI, VARVAROUSIS, és KALLIS, 2020; MARTIN, UPHAM, és KLAPPER, 2017; PARK, 2020), jóllehet a demokratikus megközelítés előfeltétele a társadalmi párbeszéd. További lehetőség a demokratikus irányításra, amennyiben egy együttműködésen alapuló üzleti modellről van szó, ha a küldetés fókuszában valamilyen társadalmi cél áll (CHACON, SELVAM, és MARIMON, 2021). A nagy többség azonban mégiscsak a teljeskörű szabályozás mellett elkötelezett, és a joghézagok megszüntetése mellett korteskedik (HONG és LEE, 2018; S. R. MILLER, 2016; VALLAS és SCHOR, 2020). A közösségi gazdaságban maguk a résztvevők is támogatják a szabályozást, mondván, hogy hatására bátrabban vesznek részt benne, tehát növeli az együttműködési hajlandóságot (HARTL, HOFMANN, és KIRCHLER, 2016).
4. Végezetül a digitális technológián alapuló digitális gazdaság hatása a vállalkozói tevékenységre témakörben a tanulmányok többsége pozitív kicsengésű, azt sugallva, hogy a digitális gazdaság hatására csökken a munkanélküliség, csökken az alulfoglalkoztatottak száma, helyükbe az időszakosan vagy alkalmilag foglalkoztatottak lépnek (BURTCH, CARNAHAN, és GREENWOOD, 2018). A közösségi gazdaság további előnyeként emelik ki, hogy növeli a hatékonyságot, közösséget és bizalmat épít

a felhasználók körében, valamint pozitívan hat a vállalkozói innovációs tevékenységre, valamint a fenntarthatóságra (BOUNCKEN, KRAUS, és ROIG-TIERNO, 2021; RICHTER, KRAUS, BREM, DURST, és GISELBRECHT, 2017). A digitális gazdaság a gazdaság fenntartható módon történő növekedését elősegítő informatikai megoldásokat tömöríti. A megosztáson alapuló gazdaság által kínált közjóléti előnyeinek a kiaknázása, és összekapcsolása a tömegközlekedéssel, a közösségi közlekedés egyik hatékonyságnövelési eszköze lehet (COHEN és MUNOZ, 2016; GREENWOOD és WATTAL, 2017; KONG et al., 2018).

A piros klaszter tanulmányai alapján a közösségi gazdaság alapvető működési elvébe nyerünk bepillantást, hogy mit is jelent tulajdonképpen, milyen hatással van a munkavállalókra, a társadalomra. A tanulmányok többsége konceptuális jellegű, kvalitatív feltáró jellegű, esetenként egy-két esettanulmányt tartalmaz. A klaszter kutatási területei érintik a jogalkotás, a menedzsment, a politika és a gazdaság területeit. Ez a klaszter lényegében a szabadúszó munkát vizsgálja a közösségi gazdaság területén, kevesebb hangsúlyt fektetve a kvantitatív kutatásokra, inkább a foglalkoztatás szabályozására és az közösségi gazdaság intézményesítésére koncentrál. Számos tanulmány e klaszteren belül az intézmények fejlesztését is javasolja a közösségi gazdaság által előidézett változásokhoz való alkalmazkodás érdekében.

### ***2.3.2. A zöld klaszter – a megosztáson alapuló gazdaság jellemzői a fogyasztó szemszögéből vizsgálva***

A zöld klaszter tanulmányai a fogyasztó szemszögéből vizsgálják a megosztáson alapú gazdaság jellemzőit, mely a legfontosabb gazdasági és technológiai trendek közé tartozik, mely a jövőben befolyással lesz a társadalom és a gazdaság fejlődésére. A technológia, a szolgáltatók és az alkalmazásszolgáltatók iránti bizalom kulcskérdésnek bizonyul tehát. Kutatások arra világítottak rá, hogy a felhasználói közösség (résztevők) közötti bizalom kiépítése magasabb prioritású, mint a technológia használatába vetett bizalom erősítése (WAGNER, STRULAK-WOJCIKIEWICZ, és LANDOWSKA, 2019; XIE, ATINC, és LEI, 2021).

A referenciakeret, vagy digitális WoM<sup>6</sup> – a fogyasztók és felhasználók által történő értékelés – meglete domináns szerepet játszik abban, hogy a fogyasztó rátaláljon a kínált szolgáltatásra (L. J. LIANG et al., 2018; MAO és LYU, 2017). Az Airbnb például gamifikációs (pl. kitűzők) elemek használata révén is alkalmassá teszi a szállásadót arra, hogy magasabb értékelést vagy

---

<sup>6</sup> WoM: Word-of-Mouth, avagy szájról szájra, szájhagyomány útján terjedő.

egyáltalán értékelést kapjon (S. LIANG, SCHUCKERT, LAW, és CHEN, 2017). Ezzel azonban a referenciakeret az árképzés meghatározó tényezőjévé lép elő, hiszen úgy tekintenek rá a fogyasztók, mint a minőség garanciájára (WANG és NICOLAU, 2017).

A fogyasztó visszatérését, mint vásárló, főként szubjektív okok befolyásolják, mint az elégedettség, a hasznosság érzése, a bizalom, közösséghez való tartozás (MOHLMANN, 2015), objektív okként pedig a gazdasági előnyöket (költségmegtakarítás) említhetjük (TUSSYADIAH és PESONEN, 2018).

MUNOZ és COHEN (2017) meghatározta a megosztáson alapuló gazdaság üzleti modelljének megkülönböztető jellemzőit, kibővítve RICHARDSON (2015) három pilléres elméletét, melyek az: együttműködés, küldetés-vezéreltség, ki nem használt eszközök, alternatív finanszírozás, p2p2 kommunikáció és a technológia kihasználása. E felsorolt jellemzők bármilyen számban és kombinációban előfordulhatnak, új üzleti modelleket alkotva ezáltal.

A zöld klaszter tanulmányai a kvalitatív és kvantitatív kutatások eredményeit egyaránt magukba foglalják. A kvantitatív módszerek között találjuk a kérdőíves felméréseket, regressziós elemzéseket, összefüggés vizsgálatokat. Fogyasztói magatartás-vizsgálatokkal találkozhatunk ebben a klaszterben, amelyek olyan elméletekhez nyúlnak, mint a tervezett viselkedés, fogyasztói magatartás és közös értékteremtés, annak érdekében, hogy jobban megértsük a fogyasztó viselkedését a közösségi gazdaságban. Számos tanulmány kínál gyakorlatban is hasznosítható következtetéseket, melyek aláhúzzák a versenyképességre és fogyasztói magatartásra vonatkozó elemzésének fontosságát a közösségi gazdaság területén való működéshez. A rugalmasság és ellenállóképesség felsorakoznak a vállalati versenyképesség kritériumrendszerébe. Az ebben a klaszterben található tanulmányok a marketing, számítástechnika, viselkedés-tudomány és menedzsment területeihez kapcsolódnak.

### ***2.3.3. A kék klaszter – a platform alapú turizmus és vendéglátás vizsgálata***

A közösségi gazdaság témakörében íródott tanulmányok többsége a megosztott vagy p2p szálláshelyszolgáltatási ágazatra fókuszál, mint például az Airbnb, Vrbo, Coachesurfing, vagy egyéb, online szállásfoglaló oldalak. Ezek az online szállásfoglaló/közvetítő oldalak jelentősen átírták az I-szektorhoz<sup>7</sup> tartozó ágazat mindennapjait, hiszen a turisztikai piac nagymértékű átrendeződését eredményezte. Éppen ezért, nem meglepő módon, a tanulmányok jelentős hányada a turizmus-vendéglátás menedzsmentjét érintő témákkal foglalkozik, amelyek a kék

---

<sup>7</sup> I-szektor: szálláshely szolgáltatás, vendéglátás

klaszter jelenít meg. A turisztikai szálláshelyek rövid távú bérbeadásához kapcsolódó szolgáltatásoktól eltekintve, egyetlen más szolgáltatói ágazat vagy iparág sem kapott ilyen nagymértékű figyelmet a kék klaszteren belül.

Igencsak megosztó jelenséggént tárgyalják az Airbnb-t, és a hasonló üzleti modell alapján működő platformokat. Vannak szerzők, akik a hagyományos szállodaiparra gyakorolt negatív hozadékait tárgyalják (GUTTENTAG és SMITH, 2017; SERRANO, SIANES, és ARIZAMONTES, 2020; ZERVAS et al., 2017). A vidéki és városi környezetben, de különösen a nagy idegenforgalmú városokban mutatható ki, hogy az állandó lakosok kiszorulnak lakóhelyeikről, és lakásaikat turisztikai befektetők veszik át. A nagyvárosok fejlődésével, változásával kapcsolatos szociológia jelenségnek egyébként már neve is van, dzsentifikáció (*gentrification*), ami a felértékelődött belvárosi területek lakosságának kicserélődését jelenti. Születtek ilyen jellegű tanulmányok például, Barcelonáról (GANT, 2016; GUTIERREZ et al., 2017), Austinról (ZERVAS et al., 2017), Bostonról (HORN és MERANTE, 2017), New Yorkról (WACHSMUTH és WEISLER, 2018), Ausztrália partmenti részeiről (CALDICOTT, VON DER HEIDT, SCHERRER, MUSCHTER, és CANOSA, 2020) és Málta szigetéről is (CAMILLERI és NEUHOFER, 2017). Ezzel egyidőben, az említett városokban a belvárosi szállodák bevétele is csökken, Austinban ez az arány 8-10% közötti (ZERVAS et al., 2017). FARRONATO és FRADKIN (2018) megállapította, hogy az Airbnb 2014-ig tartó első körös növekedése akár 3,7%-kal is csökkentette a szállodák nyereségét abban a 10 amerikai városban, ahol a leghangsúlyosabb az Airbnb jelenéte. Ezzel egyidőben ugyanakkor elismerik, hogy ez elsősorban azokban a városokban valósulhatott meg, ahol korlátozott a szállodai kapacitás a csúcskeresleti időszakokban.

Az Airbnb, egy diszruptív szállásszolgáltatási innováció, ugyanakkor a felhasználók mégis a szállodai szobákhoz mérik a szálláshely teljesítményét. GUTTENTAG és SMITH (2017) vizsgálatai során azt tapasztalta, hogy az Airbnb típusú szállások a kedvező árú szállodákhoz képes jobb, az előkelő szállodákhoz viszonyítottan rosszabb, míg a középkategóriás szállodákhoz mérten vegyes eredményeket produkál.

COCOLA-GANT és GAGO (2021) Lisszabon egy történelmi városrészében végzett alapos kutatómunkát a megosztáson alapuló gazdaság nyomai után kutatva, azonban csupán bérbeadási folyamatot találtak, amely különböző gazdasági szereplők számára nyereséget termel, és ahol a lakosokat turisták váltják fel. BELK (2014a) is hasonlóképpen értékelte a közösségi gazdaság egyes tevékenységeit (többek között a rövid távú bérbeadást), melyek a megosztás álcája mögé bújnak, de messze állnak a közösségi gazdaság ideológiájától. Megkülönböztető jele a profit-motívum, a közösség- és a kölcsönösség érzésének hiánya. A

rövid távú lakáskiadás növeli a hatékonyságot a lakástulajdonosok számára, így az vonzó nem csupán a helyi, de nemzetközi befektetőknek is. Ezzel együtt az Airbnb teret enged egy nagyon flexibilis lakáspiacnak, amely a hosszú távú bérlők számára növekvő bizonytalanságot és kiszorulással járó aggodalmakat produkál.

TUSSYADIAH és PESONEN (2016) a p2p szállások turisztikai célpontokra gyakorolt hatását elemezte. Véleményük szerint, ezen szállástípusok hozzájárulnak a turisztikai célpontok bővüléséhez, az utazási gyakoriság növekedéséhez, növeli a tartózkodás hosszát és a turisztikai célpontokon végzett tevékenységek körét. Az ily módon kínált szállásélmény autentikusabb és egyedibb.

A kék klaszterbe tartozó tanulmányok döntően kvalitatív kutatások eredményeit mutatja be, hiszen tartalmi és szakirodalmi áttekintéseken, weboldalak és online értékelések elemzésén alapulnak, túlnyomórészt szekunder adatok vagy más kvalitatív technikák felhasználásával. Mivel ez a klaszter a turizmus-vendéglátás kontextusát ábrázolja, az elméleti szempontok a turizmus-vendéglátás tervezési és döntéshozatali elméleteiben gyökereznek a fogyasztói magatartás becslésére és értékelésére. A meglévő tanulmányok az információs aszimmetriára is rávilágítanak, amely kétségtelenül jelen van az üzleti szolgáltatásokhoz kapcsolódó megosztáson alapuló gazdaságban.

#### **2.3.4. A sárga klaszter – a felhasználói magatartás és a belső motivációk módosulása**

A sárga klaszterbe tartozó tanulmányok az együttműködő fogyasztással (*collaborative consumption* – CC) és a közösségi gazdaság használata során megélt élményekkel, tapasztalatokkal foglalkoznak. Az ebbe a klaszterbe tartozó tanulmányok a fogyasztói abbéli motivációkat vizsgálják, amely arra ösztönzi, hogy részt vegyen a közösségi gazdaságban (BENOIT et al., 2017; EDBRING, LEHNER, és MONT, 2016; HAMARI et al., 2016). Megtalálhatóak itt a felhasználók hasznát szolgáló tényezők, mint: hasznosság, hozzáférhetőség, költségmegtakarítás, közösségi szellem és együttműködés. Javarészt a fogyasztói oldal motivációit vizsgálják, de előfordulnak (bár kisebb számban) olyan tanulmányok is, amelyek a szolgáltatásban részt vevők oldaláról vizsgálódnak (FIKRI, KOUBAA, és BELHCEN, 2019).

A sárga klaszter tanulmányai, mint említettem, főként a közösségi gazdaság használata során megtapasztalt fogyasztói élményre koncentrálnak. Így például SO, OH és MIN (2018), valamint MAO és LYU (2017) kutatásai az „Airbnb-élményt” kereső fogyasztókat illetően arra a következtetésre jutottak, hogy jelentős befolyással van a fogyasztó általános hozzáállására:

az ár-érték arány, az otthoni előnyök és egyedi élmények megtapasztalása, a szerendipitás<sup>8</sup>, a helyi kultúrával és a vendéglátókkal való interakció, valamint a személyre szabottság érzése (MODY, SUESS, és LEHTO, 2017; PAULAUSKAITE et al., 2017). CHENG és JIN (2019) ezzel szemben azt állítja, hogy az ár nem kulcsfontosságú motivációs tényező, csupán a helyszín, a kényelem és a házigazda személye. A vendéglátókkal való interakció, tehát a szociális élmény, fontos szerepet játszik a visszatérésben, ám a hangsúly változó. TUSSYADIAH (2016) összekötötte a vendég preferenciáit és a szociális előnyök fontosságát, és azt állapította meg, hogy minél magasabb a vendég igénye az önállóságra, a szociális előnyök iránti igénye ezzel ellentétes irányba mozdul el. Kvantitatív elemzési technikákat (tematikus- és szövegelemzés) alkalmazva BELARMINO, WHALEN, KOH és BOWEN (2019) kimutatta, hogy a p2p vendégek a vendéglátókkal való kapcsolat fontosságát értékeli a leg többre.

A fenntarthatósági motívumok főként a közlekedéssel összekapcsolható p2p szolgáltatások kapcsán kerülnek előtérbe (COHEN és KIETZMANN, 2014; MARTIN, 2016). JIN et al. (2018) a különböző fuvarmegosztási (*ride sourcing*) lehetőségekkel foglalkozó szakirodalmak áttekintésén alapuló tanulmánya szerint, nincs bizonyíték arra, hogy csökkenne az üvegházhatás, vagy a gépkocsi tulajdonlás mértéke. Ebben a kontextusban tehát, a fenntarthatósági célkitűzés nem valósul meg. HAMARI et al. (2016) tanulmányukban azt állítják, hogy a fenntarthatósági szempontok csak abban az esetben meghatározóak, ha az ökológia szempontok amúgy is fontosak a fogyasztónak. Ellenkező esetben csupán a haszonszerzés és a szociális élmény szempontok fognak dominálni.

Áttérve a szolgáltatásban részt vevők oldalára, alapvetően a motivációs faktorok nem változnak, tehát ebben az esetben is gazdasági-, társadalmi- és környezeti motivációról beszélhetünk. A megosztásban nem csak a szállás-szolgáltatás és a közlekedés iparága képviselteti magát, hanem a gazdaság legkülönbözőbb szektorai, ágazatai. A megosztás motivációjában iparáganként jelentős eltérés mutatkozik, a legnagyobb motiváció azonban az előzőekben említett két iparágban tapasztalható (BOCKER és MEELEN, 2017). FIKRI et al. (2019) marokkói Uber-sofőrök körében végzett kvantitatív kutatásai alátámasztották, hogy a megosztáson alapuló gazdaságban a részvételi motívumok a következők: instrumentálisak (pl. pénzszerzés, megtakarítás, kényelem), normatív indokok (pl. fenntarthatóság és altruizmus) és

---

<sup>8</sup> Szerendipitás: olyan kognitív értelemben paradox pillanat, amelynek során az ember ráébred valamire, annak ellenére, hogy az adott dolognak számára azelőtt nem volt semmi jelentősége. Egy másik megfogalmazása a Folyosó-elv, mely szerint, hogy ha elindulunk egy folyosón, akkor menetközben olyan ajtók nyílnak meg előttünk, amelyeket nem fedeznénk fel, ha egyhelyben maradtunk volna.

a szociál-hedonikus készlet (pl. közösségi élet, öröm). Egyelőre úgy tűnik, hogy a felhasználók motiváltabbak a közösségi gazdaságban való részvételre, mint a szolgáltatói oldal.

A sárga klaszterben már gyakoribbak a kvantitatív jellegű kutatásokon alapuló tanulmányok, az elemzések lefolytatásához gyakran használt eszköz a kérdőíves megkérdezés, melynek kiértékelés matematikai-statisztikai módszerekkel történik. Ez a klaszterben végzett kutatások jellegéből adódik, melyek magukba foglalják a marketinget, a viselkedéstudományt, menedzsmentet, továbbá a közösségi gazdaság egészével kapcsolatos felhasználói tapasztalatok vizsgálatát. Ily módon, ez a klaszter a közösségi gazdaság bevezetésének másfajta perspektíváját kínálja azáltal, hogy a felhasználók és a fogyasztók percepciójának vizsgálatával foglalkozik, és így a fogyasztási szokások jobban meghatározhatók az együttműködő fogyasztás fogalmán keresztül.

### 3. ANYAG ÉS MÓDSZER

Jelen fejezetben a célkitűzések megvalósításához szükséges adatok és információk begyűjtésének és feldolgozásának módszertanát mutatom be. A téma feldolgozása során primer és szekunder típusú megközelítéseket egyaránt végeztem.

#### 3.1. A PaKe vezérelt üzleti vállalkozások fogalmi körének behatárolása

A közösségi gazdaság rendszertanának meghatározásához főként a nemzetközi szakirodalmat elemeztem, majd ezt követően rendszereztem az közösségi gazdaság (továbbiakban SE) és együttműködő fogyasztás (továbbiakban CC) online üzleti struktúrákat. Rendszerezésem kiindulópontja a BOTSCHAN és ROGERS (2010a) által bemutatott osztályozáson alapul, melyet aztán más szerzők szempontjai szerint tovább bővítettem (1. melléklet). Az SE és CC közötti különbségek és megkülönböztető jegyek elemzését követően, egy új osztályozási rendszert hoztam létre, amely egy egyértelmű, átfedések nélküli csoportosításon alapul.

A közösségi gazdaságról szóló szakirodalom alapos, átlátható és szisztematikus áttekintéshez a PAUL, PARTHASARATHY és GUPTA (2017) által alkalmazott TCM keretrendszert használtam, melynek elemei: **T** (*theory*) – elméletek, teóriák, **C** (*context*) – keretrendszerbe foglalás és **M** (*method*) – módszer. A módszertan összefoglalását a (5. táblázat) tartalmazza.

A Web of Science tudományos adatbázisban a „*sharing economy*”, „*collaborative economy*” és „*collaborative consumption*” kulcsszavak alapján szűrtem le előzetesen. A szakirodalmi források a 2010 és 2022. október közötti időszak publikációit és tanulmányait tartalmazzák. Ezt követően a kiválasztott szakirodalmak rostálása következett, ahol kizártam azokat a tanulmányokat, amelyek nem az alábbi szempontrendszer(ek) szerint értékelték a közösségi gazdaság vállalkozásait: (1) a közösségi gazdaságban végzett tevékenység típusa, (2) piaci szerkezet, azaz a szolgáltató minősége; (3) a tranzakció módja (bérbeadás vagy értékesítés) és (4) az alkalmazott üzleti modell. Csak azokkal a tanulmányokkal dolgoztam tovább, amelyek a kizárási kritériumok alkalmazását követően megmaradtak (1. melléklet).

**5. táblázat: A rendszertani elemzéshez használt módszertan összefoglalása**

| Kutatási célkitűzés                                                                                                                                                                                     |                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Új és továbbfejlesztett módszer kidolgozása a közösségi gazdaság vállalkozásainak csoportosítására és osztályozására:                                                                                   |                                                                                 |
| 1.                                                                                                                                                                                                      | Az alaptevékenység típusának az osztályozása                                    |
| 2.                                                                                                                                                                                                      | Piaci szerkezet (szolgáltató minősége)                                          |
| 3.                                                                                                                                                                                                      | A csere módja                                                                   |
| 4.                                                                                                                                                                                                      | Üzleti modell                                                                   |
| Kezdeti befogadási kritériumok                                                                                                                                                                          |                                                                                 |
| Adatbázis: Web of Science tudományos adatbázis releváns tudományos publikációi.                                                                                                                         |                                                                                 |
| A befogadási kritériumok meghatározása                                                                                                                                                                  |                                                                                 |
| 1.                                                                                                                                                                                                      | Kulcsszavak: sharing economy, collaborative economy, collaborative consumption  |
| 2.                                                                                                                                                                                                      | Időkeret: 2010.01 – 2022.10.                                                    |
| 3.                                                                                                                                                                                                      | Publikációk nyelve: angol                                                       |
| 4.                                                                                                                                                                                                      | Publikációk típusa: tudományos cikk, konferenciaközlemény, könyv, könyvfejezet. |
| 5.                                                                                                                                                                                                      | A tranzakció a tulajdonjog átruházásával vagy a nélkül zárul.                   |
| 6.                                                                                                                                                                                                      | A szolgáltató minősége: jogi személy vagy magánszemély.                         |
| 7.                                                                                                                                                                                                      | Üzleti modell: PaKe vezérelt üzleti modell                                      |
| Kizáró kritériumok alkalmazása                                                                                                                                                                          |                                                                                 |
| A címek és absztraktok elolvasását követően kizártam a duplumokat és azokat, amelyek nem a következő témákra összpontosítottak:                                                                         |                                                                                 |
| 1.                                                                                                                                                                                                      | A közösségi gazdaságban végzett tevékenység típusa                              |
| 2.                                                                                                                                                                                                      | Piaci szerkezet (szolgáltató minősége) a közösségi gazdaságban                  |
| 3.                                                                                                                                                                                                      | Tranzakciós mód típusa a közösségi gazdaságban                                  |
| 4.                                                                                                                                                                                                      | A PaKe vezérelt vállalatok osztályozása                                         |
| Tartalom elemzés                                                                                                                                                                                        |                                                                                 |
| A kiválasztott tanulmányok részletes elemzése és osztályozása a kutatási célok négy kritériuma szerint. A kiválasztott tanulmányok eredményeinek összehasonlítása a kutatási célok kritériumai alapján. |                                                                                 |
| Vizsgálati eredmények értékelése és Következtetések                                                                                                                                                     |                                                                                 |

Forrás: Saját szerkesztés

Az új osztályozási kritériumok kialakításakor a következő lépések mentén haladtam:

- Figyelman kívül hagytam a PaKe vezérelt vállalkozások különböző, ugyanakkor egymást gyakran fedő megnevezéseit, és az osztályozás alapja a végzett tevékenység típusa lett. Így például: szállítási szolgáltatás, szállás szolgáltatás, eszköz-szolgáltatás stb. Minden tevékenységtípusnak többféle végrehajtási módja van. Gondolok itt a szállítási szolgáltatáson belül az autómegosztásra, fuvarmegosztásra, mikro autóbérlésre, bár talán kifejezőbbek az angol elnevezések, mivel ezek magyar nyelvre történő fordítása nem minden esetben történt meg: *ride sharing*, *car sharing*, *ride sourcing*, *ride splitting*, *micro transit*, *ride hailing*, *e-hailing* stb. A sok elnevezés ellenére mindegyik a közlekedési szolgáltatások csoportjához kapcsolódik.

2. Két nagy csoportot különböztettem meg, aszerint, hogy ki az áru vagy a szolgáltatás nyújtója: vállalkozás (jogi személy) avagy magán személy, mert ennek mentén definiáltam az SE és CC fogalmát.
3. Megvizsgáltam, hogy a tranzakció jár-e tulajdonosváltással vagy sem, ami egy újabb elágazási pont lett, és megkülönböztettem a termékszolgáltatási és az újraelosztási rendszereket.
4. A rendszerezés utolsó szakaszában az egyes csoportokat a PaKe vezérelt vállalkozások ernyője alá sorakoztattam.

### **3.2. A PaKe vezérelt vállalkozások**

Az EB felkérésére a brüsszeli Kommunikációs Főigazgatóság 2016 óta eddig három ízben mérte fel a közösségi gazdaság használatát az Európai Unió tagállamaiban. A mintavétel módja mindhárom kérdőív esetében valószínűségi, többlépcsős csoportos mintavétel, számítógéppel automatizált telefonos megkérdezés (CATI) segítségével. A felmérések célja, hogy képet kapjon a lakosság felfogásáról, hozzáállásáról a platform alapú eszközök használatát illetően.

2016-ban az EB a következőképpen definiálta az együttműködési platformokat: „Az együttműködési portál egy olyan internet alapú eszköz, amely lehetővé teszi a szolgáltatást nyújtó és igénybe vevő emberek közötti tranzakciókat. A szolgáltatások széles körére használhatóak, szállás bérletétől és közös gépkocsi használatától kisebb háztartási munkákig” (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2016). Az első felmérést a TNS Political&Social network csoport végezte 2016.03.15-2016.03.16 között, és különböző társadalmi és demográfiai csoportokból származó, összesen 14.050 válaszadót kérdeztek meg telefonon keresztül anyanyelvükön (tagállamonként ~500 fő) az együttműködési platformokról. Ez a kérdőív csupán négy kérdést tartalmazott, kiegészítve a demográfiai kérdésekkel. A kérdések alacsony száma úgy értelmezendő, mint egy első próbálkozás a különböző szereplők által ebben az összefüggésben tapasztalt előnyök és nehézségek megértésére. Így felmérték a közösségi gazdaság platformjainak az ismertségét, használatának gyakoriságát, a platformokon keresztüli szolgáltatásnyújtási hajlandóságot, valamint a felhasználók szempontjából érzékelt előnyöket és hátrányokat, viszonyítva a hagyományos vásárlási módokhoz.

2018-ban az EB némileg módosította az együttműködési gazdaság meghatározását: „Az együttműködési (közösségi) platformok specializált internetalapú honlapok vagy alkalmazások, amelyek olyan nyitott piacot nyújtanak, ahol a fogyasztók kapcsolatba léphetnek szolgáltatásokat kínáló emberekkel. A fogyasztók szolgáltatásokat vehetnek igénybe, szállásbérletétől vagy a közös gépkocsi használatától háztartási munkákig. A szolgáltatásokat

kínáló emberek lehetnek magánszemélyek, akik alkalmi szolgáltatásokat nyújtanak, vagy lehetnek szakemberek” (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2018). A második felmérést is a TNS csoport végezte 2018.04.23-2018.04.30 között, a megkérdezettek száma 26.544 fő (tagállamonként  $\approx 1.000$  fő, kivéve Ciprus, Luxemburg és Málta, ahol  $\approx 500$  fő/állam). Ez a kérdőív már jóval összetettebb volt, 12 kérdést tartalmazott, melyhez még hozzájöttek a demográfiai jellegű kérdések. A kérdőív címe nem változott, az együttműködő gazdaság használatát mérte fel, ám egy jóval komplexebb formában, mint 2016-os elődje. Egyrészt kíváncsi volt a felhasználói oldal véleményére (tudatosság, platformok használatának gyakorisága, tapasztalt előnyök és hátrányok, valamint e platformok hatása a szolgáltatásvásárlással kapcsolatos magatartásra), másrészt pedig a szolgáltatói oldalt is igyekezett megszólaltatni (motiváció, szolgáltatásnyújtás gyakorisága, szolgáltatástól visszatartó okok vizsgálata, tapasztalt problémák). Az együttműködési platformokon keresztül kínált szolgáltatások között a közlekedési és a szálláshelyszolgáltatási szektor mellett megtalálhatóak még az élelmiszerrel kapcsolatos szolgáltatások (pl. házhozszállítás, élelmiszer megosztás), háztartási szolgáltatások (pl. kertészkedés, javítások, gyermekfelügyelet), szakmai szolgáltatások (pl. informatikai szolgáltatások, könyvelés) és a megosztásalapú finanszírozás (pl. közösségi kölcsön, közösségi finanszírozás) is.

Az eddigi utolsó, harmadik felmérést az Ipsos European Public Affairs készítette 2021.09.01-2021.09.09 közötti időszakban. Az EB a kérdőív elején ezúttal is meghatározta a megosztáson alapuló gazdaság fogalmát: „A közösségi vagy megosztáson alapuló gazdasággal kapcsolatos platformok olyan nyílt piacot biztosító weboldalak vagy alkalmazások, ahol fogyasztók szolgáltatásokat kínáló személyekkel léphetnek kapcsolatba. Számos hasonló platform kínál rövidtávú vagy üdülési bérleményeket, például szobát házban vagy lakásban, vagy egy egész házat vagy lakást. A bérleményeket kínáló személyek lehetnek alkalmi szolgáltatásokat nyújtó magánszemélyek vagy szakemberek” (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2022). A megkérdezettek száma 25.696 fő, az országok (27 tagállam) reprezentációja a 2018-as felméréssel közel azonos volt. Azonban a közösségi gazdaság körében nyújtott és használt szolgáltatások köre leszűkült, és csupán a turisztikai szektorra korlátozódott, a kérdőíves megkérdezés során csak a rövid távú bérlet maradt meg, mint platform alapon kínált szolgáltatás. A kérdések száma is kevesebb lett a 2018-as felméréshez viszonyítva. A kilenc darab kérdés – kiegészülve a demográfiai kérdésekkel – a felhasználói- és szolgáltatói oldal véleményére egyaránt kíváncsi volt, a platformok használatának rendszerességét, motivációkat, tapasztalt előnyöket és hátrányokat, valamint az életminőségre gyakorolt hatását volt hivatott felmérni.

### 3.2.1. A PaKe vezérelt vállalkozások ismertségének vizsgálata kvázi longitudinális vizsgálat segítségével Magyarországon és Romániában

A 2016-os kérdőív négy kérdését alapul véve a következő kérdőívekben is beazonosítottam a párjaikat. Az adott kérdőívben szereplő kérdéseket a (6. táblázat) tartalmazza. A kérdésmegfogalmazás nem minden esetben volt pontosan ugyanaz, de a tartalma hozzávetőlegesen megegyezett. Értelemszerűen a válaszlehetőségek sem fedték egymást tökéletesen, azonban kis rugalmassággal le lehetett vezetni a három kérdőívből egy kvázi longitudinális vizsgálatot. A vizsgálathoz a leíró statisztika módszereit alkalmaztam, abszolút, illetve relatív gyakoriság formájában. A két ország eredményeinek összevetésére homogenitásvizsgálatot alkalmaztam  $\chi^2$  próbával.

**6. táblázat: A kvázi longitudinális kutatásban részt vevő kérdések**

|           | 2016                                                                                                                                                                                      | 2018                                                                                                                                                          | 2021*                                                                                                                                            |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>q1</b> | Az alábbiak közül melyik felel meg leginkább az Ön tapasztalatának az együttműködési portálokat illetően?                                                                                 | Ön igénybe vett valaha együttműködési (közösségi) platformon keresztül kínált szolgáltatást?                                                                  | Foglalt már szobát magánrezidencián (nem szállodai szobában), vagy lakásban, vagy házban közösségi gazdasággal kapcsolatos platformon keresztül? |
| <b>q2</b> | Nyújtott már szolgáltatást ezeken a portálokon?                                                                                                                                           | Ön kínált valaha szolgáltatást együttműködési platformon keresztül?                                                                                           | Kínált fel valaha szobát, lakást vagy házat rövidtávú bérleménynek közösségi gazdasággal kapcsolatos platformon keresztül?                       |
| <b>q3</b> | A termékek és szolgáltatások hagyományos kereskedelméhez képest, mit gondol, mik a fő előnyei ennek a fajta portálnak a felhasználói számára?                                             | Személyes tapasztalata alapján, mik az előnyei, ha vannak ilyenek, az együttműködési platformok használatának a hagyományos csatornákhöz képest?              | Miért rövidtávú bérleményt választott más típusú szálláshelyekkel, mint például a szállodával szemben?                                           |
| <b>q4</b> | A termékek és szolgáltatások hagyományos kereskedelméhez képest, mit gondol, mik a fő problémák az emberek számára, akik az ilyen portálokon felajánlott szolgáltatásokat igénybe veszik? | Személyes tapasztalata alapján, mik a hátrányai, ha vannak ilyenek, az együttműködési (közösségi) platformok használatának a hagyományos csatornákhöz képest? | Véleménye szerint milyen hátrányokkal járnak a közösségi gazdasággal kapcsolatos platformokon keresztül kínált rövidtávú bérlemények?            |

\* A közösségi platformokon kínált szolgáltatások alatt már csak a rövidtávú lakáskiadási szolgáltatások értendők

*Forrás: Saját szerkesztés*

### **3.2.2. Többváltozós adatelemzés: a Probit modell (2018-as kérdőív alapján)**

A Probit analízis egy statisztikai módszer, amelyet egy esemény bekövetkezésének valószínűségének becslésére használnak. Általánosan használják a társadalomtudományokban, különösen a közgazdaságtan, a pszichológia és a szociológia területén. A Probit analízis bináris vagy dichotóm kimeneti változók modellezésére szolgál, ahol a függő változó két értéket vesz fel, például 0 és 1. A Probit modellben a valószínűség inverz standard normális eloszlását (z-értékek) a prediktorok lineáris kombinációjaként modellezi. A magyarázó változókat és a hibákat kifejező elemeket úgy illeszti be a modellbe, hogy a megfigyelt értékeket és az előre jelzett értékek távolságát a lehető legkisebbre minimalizálja. Ennek eredményeként a Probit modellnek a magyarázó változók és a függő változó közötti kapcsolatát az ún. Probit együtthatók mutatják. A Probit modell szignifikancia vizsgálatát a nullmodell és a végleges modell eltérésnégyzet-összeg különbsége alapján Khi-négyzettel végeztem.

Az EB 2018-as felméréséből (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2018) származó adatbázis szolgáltatotta a bemeneti értékeket, az elemzéshez pedig az R statisztika szoftvercsomag 4.0.2 verzióját használtam.

### **3.3. A digitális technológiák integráltsága az Európai Unióban**

#### **3.3.1. $\sigma$ - és $\beta$ -konvergencia**

Konvergencia-számításokat ma már számos területen végeznek, így a jövedelmi különbségek, szegénység, társadalmi tőke fejlettség, környezetgazdaságtan stb. területein. A dolgozatomban a konvergencia két típusával foglalkoztam. Elsőként a  $\sigma$ -konvergencia vagy relatív szórás, mely a DESI index értékeinek átlagtól vett átlagos relatív - százalékban kifejezett – eltérését mutatja. Amennyibe időben csökken a fejlettségi szintek szóródása, úgy  $\sigma$ -konvergencia áll fenn. Egy másik, jól ismert konvergencia mutató a BARRO és SALA-I-MARTIN (1992), valamint BARRO, SALA-I-MARTIN, BLANCHARD és HALL (1991) által az empirikus növekedési szakirodalomba bevezetett  $\beta$ -konvergencia. E növekedési mutató alapjául a RAMSEY (1928), SOLOW (1956) és KOOPMANS (1963) neoklasszikus növekedés-elméletei szolgáltak. A Solow-i alapokon nyugvó, majd a nyolcvanas évektől endogén növekedéselméletek álláspontja szerint a nemzeti gazdaságpolitikák és az országspecifikus jellemzők döntően befolyásolják egy-egy ország felzárkózását. A külföldi tőkebevonások révén felgyorsul a növekedés, ami idővel a fejlett és fejletlenebb, de a felzárkózó országok közötti különbségek csökkenéséhez vezet (HÉTFÁ KUTATÓINTÉZET - PANNON ELEMZŐ IRODA KFT., 2012).

A  $\sigma$ -konvergencia a régiók, jelen esetben a tagállamok közti különbségek időbeli csökkenésére utal, míg a  $\beta$ -konvergencia a lehetséges felzárkózási folyamat megtalálására összpontosít.

A  $\sigma$ -konvergencia (relatív szórás vagy szóródási együttható) egy variációs koefficiens, a különböző átlagú és eltérő tulajdonságú sokaságok vagy minták összehasonlítását teszi lehetővé. Ebben az esetben sokasággal van dolgom, melyet a DESI index értékei alkotnak, 2016-2021 időszakban. A szóródási együttható az ismérvértékeknek az átlagtól vett átlagos relatív, százalékban kifejezett, eltérését mutatja. Amennyiben időben csökken a fejlettségi szintek szóródása, úgy  $\sigma$ -konvergenciáról beszélünk.

A relatív szórás kiszámítását az (1) képlet tartalmazza:

$$V(\%) = \frac{\sigma_t}{\bar{x}}(100) \quad (1)$$

ahol  $\sigma_t$  a DESI index szórása  $t$  időpontban és  $\bar{x}$  a DESI index átlaga.

Az abszolút  $\beta$ -konvergencia hipotézise alapján a (2) összefüggés fejezi ki az egy tagállamra jutó növekedés és a kezdeti fejlettségi szint közötti empirikus kapcsolatot:

$$\frac{1}{T-t_0-1} \ln\left(\frac{X_{iT}}{X_{it_0}}\right) = \alpha + \beta \cdot \log(x_{it_0}) + \varepsilon_i \quad (2)$$

ahol  $\frac{1}{T-t_0-1} \ln\left(\frac{X_{iT}}{X_{it_0}}\right)$  a DESI index értékeinek az átlagos éves növekedési rátája  $i$  tagállamra;  $t_0$  jelöli a kezdő évet;  $T$  záró év;  $x_{it_0}$  a DESI index kezdeti fejlettségi szintje;  $\varepsilon_i$  a hibatag, mely feltételezhetően azonos és független eloszlású;  $\alpha$  és  $\beta$  a becsülendő paraméterek.

E kifejezésben egyedül a kezdeti fejlettségi szint magyarázza a felzárkózás ütemét. A hatás erejét a  $\beta$ -koefficiens előjele és értéke mutatja. Az  $\alpha$  és  $\beta$ -koefficiens becsléséhez egyváltozós lineáris regresszió számítás (OLS) alkalmaztam. A becslés azonban csak tökéletes kapcsolat esetén lenne hibamentes ( $r=1$  vagy  $r=-1$ ), ezért  $\varepsilon_i$  a becslés hibája. A négyzetes hiba minimalizálására épülő legkisebb négyzetek eljárás segítségével végezzük el az  $\alpha$  és  $\beta$ -koefficiens becslését. A  $\beta$ -koefficiens csak abban az esetben tekintetem szignifikánsnak, amennyiben az empirikus szignifikancia-szint ( $p$ -érték) kisebb volt, mint 5%. A feltételes konvergencia koncepciója szerint azonban túlságosan sok információ van elrejtve  $\alpha$ -ban és  $\varepsilon_i$ -ben, melyeket esetenként indokolt kibontani, ám jelen esetben csak az abszolút konvergenciát teszteltem.

A  $\beta$ -koefficiens becslését követően kiszámoltam a konvergencia éves sebességét, azaz a konstans felzárkózási ütemet (3):

$$\theta = \frac{-\ln(1 + \beta \cdot (T - t_0 - 1))}{(T - t_0 - 1)} \quad (3)$$

ahol,  $\beta$  a regressziós együttható értéke;  $t_0$  a kezdő év és  $T$  jelöli a záró évet.

A konvergencia éves sebességének az értéket használtam a konvergencia felezési idejének a meghatározására, azaz a teljes konvergenciához vezető út felének megtételéhez szükséges időre a vizsgált területen belül, ha a konvergencia sebessége változatlan marad (OBLÁTH és SZÖRFI, 2008). Az egyenlőtlenségek 50%-os csökkenésének valószínű időigényt (4) képlet segítségével számoltam ki – abszolút konvergenciát feltételezve:

$$\tau = \frac{\ln 2}{\theta} \quad (4)$$

ahol,  $\theta$  a konvergencia éves sebessége. A hosszú távú konvergencia időigénye esetében figyelembe kell venni a felzárkózás közelmúltban tapasztalt ütemének tartós fennmaradása esetén, mennyi időre lenne szükség ahhoz, hogy a fejlettebb országok szintjének elérése felé vezető út felét megtegyék. Ez az ún. felezési idő.

### **3.3.2. A korrelációs együttható meghatározása**

A minta korrelációs együtthatójának képlete (5) a következő:

$$r_{x,y} = \frac{s_{xy}}{s_x s_y} = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \sum (y_i - \bar{y})^2}} \quad (5)$$

ahol,  $s_{xy}$  a minta kovarianciája;  $s_x$  és  $s_y$  a minta szórása. Karl Pearson után Pearson-féle  $r$ -nek, vagy Pearson-féle korrelációnak nevezik.

### **3.3.3. Főkomponens analízis (PCA)**

A PCA elemzést a statisztikában először PEARSON (1901) fogalmazta meg, és úgy írta le az elemzést, mint „a térben lévő pontrendszerekhez legjobban illeszkedő vonalak és síkok”. Ezt követően HOTELLING (1933) foglalkozott még az eljárással, de igazán ismertté csak a számítógépek elterjedése után vált, a módszer komplexitásából fakadóan.

Az eljárás lényege, hogy nagyszámú, korreláló változókból, kisebb számú mesterséges (látens), korrelálatlan változókat, úgynevezett főkomponenseket képezzünk, melyeknek varianciája maximális. Mivel a főkomponensek korrelálatlan változók, nem jelenti feltétlenül azt is, hogy függetlenek egymástól. Az eljárás előnye, hogy a PCA következtében az adatok átláthatóbbá válnak, könnyebben értelmezhetőek az összesűrített információknak köszönhetően. A főkomponens analízist leginkább egy árnyjátékhoz lehet hasonlítani, ahol egy bonyolult térbeli alakzat árnyképét úgy próbáljuk meg rávetíteni egy síkfelületre, hogy közben az alakzat jellegzetes tulajdonságaiból minél kevesebbet veszítsünk. Elsőként meghatároztam a korrelációs mátrixot és ábrázoltam a jellemzőbb értékeket.

A PCA elemzés a sajátérték számításra épült többváltozós rendszer, melynek segítségével egyszerre áttekinthető az összes változó korrelációs rendszere. Kiindulási adatként a változók korrelációs mátrixa ( $R$ ) szolgál. Ennek a mátrixnak a spektrális felbontása történik, amivel megkaptam a sajátvektorokat és a sajátértékeket. Ezeket felhasználva határoztam meg a főkomponens változókat és főkomponens súlyokat. A megfigyelt változókat egymás közötti korrelációjuk alapján lehet csoportosítani, és azonos számú főkomponens változóvá összevonni. A főkomponens változók az eredeti változók standardizált értékeiből számíthatóak ki, az alábbi összefüggés szerint (6):

$$C_j = \sum_{i=1}^p a_{ij} Z_i \quad (6)$$

ahol,  $C_j$  = j-edik standardizált főkomponens változó;  $a_{ij}$  = sajátvektor mátrix elemei;  $Z_i$  = a standardizált értékek oszlopvektorai.

A sajátvektor mátrix sor és oszlopírányban ortonormált, azaz sor és oszlopírányban páronként független, és a négyzetösszegük 1-t ad. A standardizált változók mértékegység nélküli adatok, melyeket úgy képeznek, hogy a változók átlagértéküktől való eltérését osztják a szórás értékkel. A főkomponens változók várható értéke nulla, varianciájuk  $\lambda$ -val egyezik meg. A főkomponens változók függetlenek egymástól.

Ezt követően a főkomponensekből annyi használható fel, amennyi kellően leírja az eredeti változókat. Az első főkomponens ( $PC_1$ ) tartalmazza a varianciák legnagyobb hányadát, amelyet a sajátérték ( $\lambda_1$ ) mutat. Az első főkomponens így épült fel a modellünkben:

$$PC_1 = a_1 desi\_1 + a_2 desi\_2 + a_3 desi\_3 + a_4 desi\_4,$$

ahol  $a_i$  jelöli a változó hozzájárulását az első főkomponenshez.

Csak azokat a főkomponenseket vettem figyelembe, amelyek sajátértéke nagyobb vagy egyenlő egyel, vagy amelyek az összes variancia legalább 80%-át magyarázzák. A főkomponensekkel háttérváltozók azonosíthatóak.

A főkomponens súlyok fejezik ki, hogy milyen szoros az összefüggés az adott főkomponens változó (pl.  $C_1$ ) és a vizsgálatba vont változók között. Ezek értékei -1-től +1-ig terjednek, és ugyanúgy kell értelmezni őket, mint a Pearson-féle korrelációs együtthatókat. Minél közelebb van az abszolút értékük 1-hez, annál szorosabb az összefüggés. Gyakorlati meghatározásuk az alábbi (7) képlettel történik:

$$pc_{ij} = a_{ij} \sqrt{\lambda_j} \quad (7)$$

ahol  $pc_{ij}$  a j-edik főkomponens súlyai;  $a_{ij}$  a sajátvektor mátrix elemei;  $\lambda_j$  = sajátértékek.

A főkomponens súlyok soronkénti négyzetösszege 1-et ad. Az oszlopok ortogonálisak, és az oszloponkénti négyzetösszeg egyenlő a hozzátartozó sajátértékkel.

Ezt követően kétdimenziós ábrán ábrázoltam az EU-tagállamok elhelyezkedését a két legfontosabb főkomponens koordináta-rendszerében. A csoportosításokat az Unióba történő belépés ideje és az egy főre eső reál GDP szerint végeztem el.

Az elemzésekhez az R statisztikai szoftvercsomag 4.0.2 verzióját alkalmaztam.

### **3.4. Magyarországi és romániai vállalkozások digitális felkészültsége**

2021 januárjában egy kérdőíves felmérést indítottam el (2. melléklet), mellyel vállalkozókat/vállalkozásokat céloztam meg. A kérdőív által a digitális fejlesztések kínálta lehetőségek alkalmazását kívántam felmérni. Az adatgyűjtési folyamat 4 hónapot vett igénybe, ezalatt a vállalkozókat személyes megkeresés útján szólítottam meg (telefon és/vagy e-mail), majd arra kértem őket, hogy lehetőség szerint továbbítsák partnereik felé, mintegy hólabda elvet követve. A kérdőívet 134 vállalkozó töltötte ki Magyarországról és Romániából, a más országból érkezett válaszokat jelen esetben figyelmen kívül hagytam, mert csak torzította volna az adataimat a néhány távolkeletről érkezett vállalkozó véleménye. Jelen felmérés tehát a 134 db kitöltő véleményét tükrözi.

A kialakult kvantitatív adatbázist Microsoft Excel 21 táblázatkezelő és SPSS 25 statisztikai szoftver segítségével elemeztem, illetve dolgoztam fel. Ehhez először egyváltozós elemzéseket végeztem, a változókat egyenként, egymástól függetlenül értékeltem. Ezt követően leíró statisztikát, átlag- és gyakoriság-elemzéseket, majd kereszttábla elemzéseket és Tamhane többszörös összehasonlító tesztet alkalmaztam.

## 4. VIZSGÁLATI EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE

### 4.1. A PaKe vezérelt üzleti modell rendszertana (taxonómiája)

#### 4.1.1. A PaKe vezérelt üzleti modell meghatározása

A nemzetközi szakirodalom, és ezzel együtt a hazai sem törekszik egy közös nézőpont kialakítására sem a megnevezésekre sem a meghatározásokra vonatkozóan (KUMAR et al., 2018). BOTSMAN és ROGERS (2010b) az együttműködő gazdaság (*collaborative economy*) kifejezést használja szívesebben a közösségi gazdaság (*sharing economy*) helyett. Nézetük szerint, a 20. századra jellemző túlzott mértékű áru fogyasztást, melynek finanszírozása döntő részben hiteltől történt, felváltja az együttműködésen alapuló fogyasztás, melynek mozgatórugói a hírnév és a presztízs. A túlzott mértékű fogyasztás vagy hiperfogyasztás jellemzően reklámokkal elősegített, amelyek a birtoklás, a tulajdonlás előnyeit súlyolja a fogyasztó tudatába. A együttműködő gazdaság ezzel szemben közösségorientált, az összetartozás, az együvé tartozás érzését erősíti a megosztási és együttműködési tevékenységek révén (BOTSMAN és ROGERS, 2010b).

A közösségi gazdaság új lehetőségeket kínál a fenntarthatóságra, támogatva a fenntartható fejlődést és környezetvédelmet a hatékonyság, a következetesség és a gazdaságosság „szentháromságán” keresztül (HEINRICHS, 2013).

MAIR és REISCHAUER (2017) a közösségi gazdaságot piacok hálózatként definiálja, amelyben az egyének a kompenzáció különböző formáit használják az erőforrások újraelosztására és az erőforrásokhoz való hozzáférésre, egy szervezet által működtetett digitális platform közvetítésével.

SCHOR (2014) értekezésében a megosztott gazdasági tevékenységnek négy típusát különbözteti meg: javak újrahasznosítása, állóeszközök kihasználtságának növelése, szolgáltatások cseréje, valamint termelőeszközök megosztása.

SUNDARARAJAN (2016), valamint MARTIN, UPHAM és BUDD (2015) hangsúlyozzák a megosztás fontosságát, különösen az ígéretes és élvonalbeli p2p piacokon, és ösztönzik a felhasználókat a gazdasági tevékenység folytatására. SUNDARARAJAN (2016), KUMAR et al. (2018) és STEPHANY (2015) a fogyasztási modell eltolódását elemezte a birtoklástól a megosztás irányába, amely csökkenti az eszközök birtoklásának a szükségességét.

„A *sharing economy* egy általánosan használt kifejezés, mellyel azon digitális kereskedelmi és nonprofit platformok széles skáláját jelölik, amelyek lehetővé teszik a különböző szereplők közti cserét változatos formákban (p2p, p2b, b2p, b2b), továbbá lehetővé teszik a fogyasztást

vagy a termelési tevékenységet tőke javakon (pénz, ingatlan, eszközök, autók stb.), áru, tudás vagy idő megosztásán keresztül” (CODAGNONE, BIAGI, és ABADIE, 2016, p. 22).

Az EB a következőképpen definiálta a közösségi gazdaságot: „...olyan üzleti modellre utal, amelynek keretében a tevékenységeket olyan együttműködési platformok könnyítik meg, amelyek nyitott hozzáférésű piacot hoznak létre a gyakran magánszemélyek által kínált áruk és szolgáltatások időleges használatához. A közösségi gazdaság résztvevői három kategóriába sorolhatók:

- i. eszközt, erőforrást, időt és/vagy készséget megosztó szolgáltatók, akik lehetnek szolgáltatást alkalomszerűen kínáló magánszemélyek vagy szakmai minőségben eljáró szolgáltatók (szakmai szolgáltatók),
- ii. mindezek felhasználói,
- iii. valamint közvetítők, akik – online platform útján – kapcsolatot létesítenek a szolgáltatók és a felhasználók között, valamint megkönnyítik köztük az ügyletet (együttműködési platformok).

A közösségi gazdaság keretében zajló ügyletek általában nem járnak tulajdonjog átruházásával, elvégzésük nyereségorientált vagy nonprofit formában is történhet” (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2019).

SZEGEDI (2019) véleménye szerint, a megosztás alapú gazdasági tevékenységnek négy fő jellemvonása van:

1. a tevékenység weboldalon, applikáción vagy online platformon keresztül valósul meg;
2. lehetővé teszi a p2p tranzakciót;
3. átmeneti hozzáférést biztosít javakhoz, szolgáltatásokhoz a tulajdon átruházása nélkül. (e jellemvonás kizárja a sharing economy ernyője alól a használt cikkek és az online piacokon való értékesítést);
4. ki nem használt eszköz, szolgáltatás, készség vagy erőforrás hasznosul.

Összegezve az előzőekben felsoroltakat láthatjuk, hogy eltérő szerzők és források más és más elemet hangsúlyoztak és emeltek ki a közösségi gazdaság ernyője alá tartozó vállalkozásokat illetően. Meghatározásaikban, a modellek leírása során találtunk hasonlóságokat csakúgy, mint különbségeket, ugyanakkor az átfedések is gyakoriak. BOTSCHAN és ROGERS (2010b) az együttműködésen alapuló fogyasztást, SUNDARARAJAN (2016) és MARTIN et al. (2015) a kapcsolatteremtés új módját, SUNDARARAJAN (2016), KUMAR et al. (2018) és STEPHANY (2015) a kihasználatlanul álló nagy értékű tőke javak megosztását szorgalmazza

a tulajdonlás helyett, tehát a fölösleges tulajdonlás korlátainak a felismerésére bíztat. CODAGNONE et al. (2016) kereskedelmi és nonprofit platform alapú vállalkozásokként hivatkozik rá, ahol a megosztás vagy a csere változatos formában valósul meg. HEINRICHS (2013) az új gazdasági modell hasznosságát a fenntarthatóságban és a környezetvédelem területein látja. SZEGEDI (2019) értelmezésében nem tartoznak a közösségi gazdaság ernyője alá az értékesítési tevékenységek, és a csere is kizárólag p2p formában valósulhat meg digitális platformok közvetítésével. Az EURÓPAI BIZOTTSÁG (2019) értelmezése szerint a létrejövő tranzakciók nem járnak tulajdonjog átruházással, ugyanakkor nem zárja ki a szakmai szolgáltatókat a közösségi gazdaság szolgáltatói köréből.

Természetesen az itt felsorolt definíciók csak töredékét képezik a hazai és nemzetközi szakirodalomban megtalálhatóknak. Mindazonáltal az egyetértés hiányára kívántam felhívni a figyelmet a közösségi gazdaság megnevezéseit és tevékenységi területei kapcsán. A (7. táblázat)-ban felsorolt tanulmányok szerzőinek többsége azzal érvel, hogy a közösségi gazdaság a kihasználatlan kapacitások megosztását jelenti, kizárólag átmeneti hozzáférés révén; a megosztási folyamat kizárja az értékesítés lehetőségét.

Ezzel szemben más szerzők/kutatók azt állítják, hogy a közösségi gazdaság fogalma igenis magába foglalja az javak adás-vételen keresztül újra hasznosítását is. WIRTZ et al. (2019), BOTSMAN és ROGERS (2010a, 2010b), HAMARI et al. (2016), MARTIN (2016), ACQUIER et al. (2017), CODAGNONE et al. (2016), FRENKEN (2017), MARTIN et al. (2015), WINTERHALTER et al. (2015), EDBRING et al. (2016), MATZLER et al. (2015) és FRENKEN és SCHOR (2017) álláspontjához hasonlóan, magam is úgy vélem, hogy az újraelosztási piacokon megvalósuló tranzakciók tulajdonosváltással járnak. Teljes mértékben egyetértek PLEWNIA és GUENTHER (2018, p. 574) véleményével, mely szerint „a javak megosztása az újraelosztási piacon a javak újbóli forgalomba hozatalát jelenti értékesítés, csere vagy ingyen ajándékozás útján”. Az említett tranzakciók márpedig tulajdonjog átruházással járnak és teljes mértékben megfelelnek a fenntarthatóság követelményeinek.

Egyes tanulmányok szerint, a kereskedelmi csere vagy értékesítés csak egyenlő felek (ún. peer-ek) között valósulhat meg (BELK, 2014b; GERWE és SILVA, 2020; SCHOR, 2014), míg mások nem zárják ki a tranzakció bonyolításának más formáit (CHOI, CHO, LEE, HONG, és WOO, 1998; CODAGNONE et al., 2016; LAURENTI, SINGH, COTRIM, TONI, és SINHA, 2019; OLSEN és KEMP, 2015). Az egyetlen tényező, amelyben jobbra egyetértés mutatkozik, az a digitális hálózat, valamint az alkalmazások vagy más digitális platformok jelenléte. Ennek hiányában, nem tekinthetőek a platform alapú gazdaság részének.

**7. táblázat: A tranzakciós csere módja a közösségi gazdaságban**

| Kiválasztott cikkek és tanulmányok                  | Tulajdonjog átruházásával (értékesítés és vásárlás) | Tulajdonjog átruházása nélkül (rövid távú hozzáférés) |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| SCHOR (2014)                                        |                                                     | ✓                                                     |
| WIRTZ, SO, MODY, LIU és CHUN (2019)                 | ✓                                                   | ✓                                                     |
| BOTSMAN és ROGERS (2010a, 2010b)                    | ✓                                                   | ✓                                                     |
| HAMARI et al. (2016)                                | ✓                                                   | ✓                                                     |
| SCHOR és FITZMAURICE (2015)                         |                                                     | ✓                                                     |
| VALANT (2016)                                       |                                                     | ✓                                                     |
| RANJBARI, MORALES-ALONSO és CARRASCO-GALLEGO (2018) |                                                     | ✓                                                     |
| KUMAR et al. (2018)                                 |                                                     | ✓                                                     |
| PWC (2015)                                          |                                                     | ✓                                                     |
| MARTIN (2016)                                       | ✓                                                   | ✓                                                     |
| SUNDARARAJAN (2016)                                 |                                                     | ✓                                                     |
| SELLONI (2017)                                      |                                                     | ✓                                                     |
| ACQUIER et al. (2017)                               | ✓                                                   | ✓                                                     |
| SUTHERLAND és JARRAHI (2018)                        |                                                     | ✓                                                     |
| HEINRICHS (2013)                                    |                                                     | ✓                                                     |
| MARTIN et al. (2015)                                | ✓                                                   | ✓                                                     |
| STEPHANY (2015)                                     |                                                     | ✓                                                     |
| CODAGNONE et al. (2016)                             | ✓                                                   | ✓                                                     |
| SZEGEDI (2019)                                      |                                                     | ✓                                                     |
| HAASE és PICK (2015)                                |                                                     | ✓                                                     |
| MCDONALD (2014)                                     |                                                     | ✓                                                     |
| RAUCH és SCHLEICHER (2015)                          |                                                     | ✓                                                     |
| RICHARDSON (2015)                                   |                                                     | ✓                                                     |
| WINTERHALTER, WECHT és KRIEG (2015)                 | ✓                                                   | ✓                                                     |
| EDBRING et al. (2016)                               | ✓                                                   | ✓                                                     |
| BELK (2014a, 2014b)                                 |                                                     | ✓                                                     |
| BARDHI és ECKHARDT (2012)                           |                                                     | ✓                                                     |
| MATZLER, VEIDER és KATHAN (2015)                    | ✓                                                   | ✓                                                     |
| FRENKEN és SCHOR (2017)                             | ✓                                                   | ✓                                                     |
| GERWE és SILVA (2020)                               |                                                     | ✓                                                     |
| FRENKEN (2017)                                      | ✓                                                   | ✓                                                     |

*Forrás: Saját szerkesztés a WoS adatbázis alapján*

A nemzetközi és hazai szakirodalom felhasználásával, rendszerezésével és az átfedések kiküszöbölése után, megfogalmaztam az internetes PaKe vezérelt gazdaság meghatározását:

***A platform alapú, kereslet-elv vezérelt üzleti modell olyan gazdasági tevékenység, amelyet digitális piacokon technológiai társaságok működtetnek, ahol az árukhoz és szolgáltatásokhoz való azonnali/ütemezett hozzáférés révén elégítik ki a fogyasztói igényeket, online platformokon keresztül. A digitális piacokon a termékekkel vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos információt/árut több harmadik fél biztosítja. Az ügyleteket a piac kialakító vállalat dolgozza fel.***

#### **4.1.2. A PaKe vezérelt üzleti modell fő kategóriái**

Annak érdekében, hogy a platformokat megfelelő módon osztályozhassam azokra a nemzetközi szakirodalmi forrásokra támaszkodtam, amelyekben széles körben építettek különböző tudományos publikációkra, majd ezt követően rendszereztem az SE és CC típusú vállalkozásokat. Rendszerezésem alapjául (BOTSMAN és ROGERS, 2010a) szerzőpáros munkája szolgált, amelyet további szerzők fejlesztettek, finomítottak. Platform alapon működő vállalkozásokkal már jó ideje találkozhatunk, elegendő csak kedvenc boltjaink online áruházára gondolni. Ma már szinte nem is létezik az a fizikai üzlet, amelynek ne lenne online megfelelője is, ahol az ember kedvére válogathat, nézelődhet és vásárolhat, anélkül, hogy a szobából ki kellene lépnie. Amikor a platform belép az értéklánc alapú vállalkozások piacára, a platform szinte mindig nyer (TAKÁCS és TAKÁCSNÉ, 2017; VAN ALSTYNE et al., 2016). Attól azonban, hogy egy áruház vagy szolgáltató rendelkezik online felülettel, még nem tartozik az SE vagy a CC üzleti modelljéhez.

#### **A kereslet-elv vezérelt platformok osztályozása**

A kereslet-elv vezérelt platformok osztályozásánál több szerző álláspontja került egybevetésre. Kiindulási alapként a BOTSMAN és ROGERS (2010a) szerzőpáros felosztását alkalmaztuk, akik három csoportot határoznak meg: termék-szolgáltató rendszerek piaca (*product-service systems*), újraelosztó piac (*redistribution markets*) és együttműködő életmód (*collaborative lifestyles*) piac.

- A termék-szolgáltató rendszer piaca felhasználás orientált, ahol a termék/jószág tulajdonjoga továbbra is a szolgáltatás nyújtónál marad, aki csak a termék funkcióját értékesíti módosított értékesítési csatornákon – eszköz alapú finanszírozás (*leasing*), megosztás (*sharing*) vagy együttműködés (*pooling*) – keresztül (NEELY, 2008). A fogyasztó úgy tudja élvezni a termék nyújtotta előnyöket, hogy mindeközben nem szükséges azt birtokolnia. Az autómegosztás, a közösségi (*co-working*) irodák, p2p eszközkölcshözjárás a termékszolgáltató rendszer piac legismertebb szolgáltatásai.

- Az újraelosztó piacokon a megunt vagy már nem használt termékek cserélnek gazdát. Köszönhetően az online platform alapon működő applikációk sokaságának ez ma már nem csak lokálisan, hanem akár globális léptékben is megvalósulhat. A csere történhet más termékre, de magát az értékesítés folyamatát sem zárja ki, azonban ebben az esetben az ár jóval kedvezőbb, mint adott esetben a piaci ár.
- Az együttműködő életmód piacon olyan javak kerülnek megosztásra, melyek kevésbé kézzelfoghatók, mint például az idő, pénz, tudás, képesség, hely vagy tér megosztása.

A BOTSMAN és ROGERS (2010a) féle csoportosítás ugyanakkor nem alkalmaz éles elhatárolást, hiszen elismerik a szerzők is, hogy az együttműködő életmód piaca, mint az a nevében is benne van, egy életstílust jelöl, melyben könnyedén bele tud olvadni a termékszolgáltató rendszerek piaca és az újraelosztó piac is, tehát a kereslet-elv vezérelt digitális platform csoportjainak hibrid rendszerről beszél. Továbbá nem tekinti a közösségi gazdaság részének azokat a tevékenységeket, ahol a szolgáltatás nyújtója/kezdemenyezője nem magánszemély, hanem egy üzleti vállalkozás.

FRENKEN (2017) megközelítésében is három fő csoportja van a kereslet-elv vezérelt digitális platformoknak, a következők szerint: felhasználók közötti (p2p), hozzáférés alapú és körkörös csoportokra osztva fel. Nézete szerint sincs éles elhatárolás, mindegyik csoport részben fedheti egymást, további három alcsoportot létrehozva ezáltal: használt áruk-, kereslet elvű- és termékszolgáltató gazdaság, valamint e három metszéspontjában nevezi meg magát a közösségi gazdaságot. Frenken gondolatmenete alapján a közösségi gazdaság (SE) csak felhasználók (p2p) között valósulhat meg, ahol átmeneti hozzáférés biztosításával lehetőség van a javak fölös kapacitásának jobb kihasználására. Ugyanakkor észreveszi, hogy a felhasználók közötti interakció nem csupán p2p formában valósulhat meg, hanem a tranzakció elindítója vagy akár fogadója is lehet üzleti vállalkozás: b2p, b2b és p2b. A tranzakciók létrejöttéhez nélkülözhetetlenek az internetes platformok, általában alkalmazás vagy weboldal formájában.

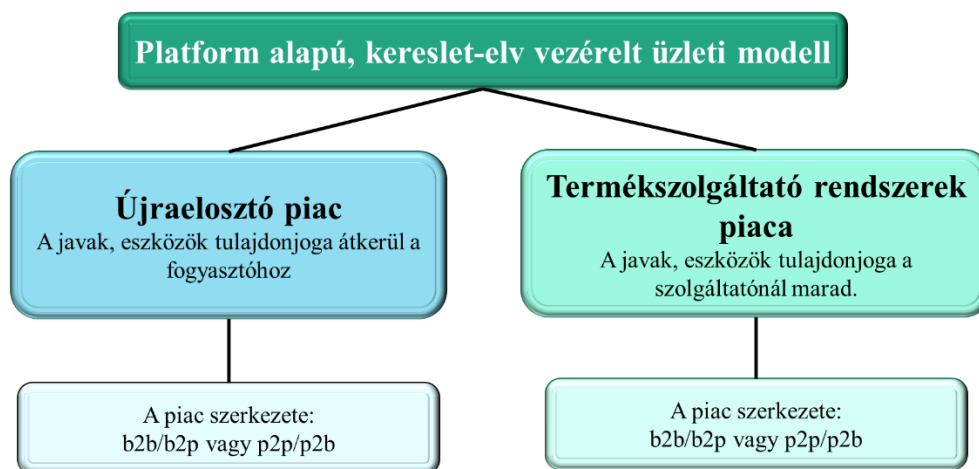
WIRTZ et al. (2019) ezzel szemben már egy sokkal élesebb elhatárolást alkalmaz az internetes platformokon végzett tevékenységek csoportosításához. Két dimenzió mentén vizsgálja a platformon zajló tranzakciókat:

1. Tulajdonjog: átmeneti jellegű-e a hozzáférés (rövidtávú bérlet, átmeneti használati jog) vagy tulajdonjog átruházással jár-e a tranzakció (eladás, értékesítés útján)
2. A szolgáltató minősége alapján: az eszköz vagy erőforrás szolgáltatója magán- avagy jogi személy.

Az előzőekben ismertetett álláspontokat összesítve, a PaKe vezérelt üzleti modell két típusát határoztam meg: Újraelosztó piac és Termékszolgáltató rendszerek piaca. A két kereslet-elv és platform vezérelt piaci kategória közti legalapvetőbb különbség a tulajdonjog átadása, illetve annak megmaradása. Az újraelosztó piac fókuszában a termék áll, amelyek változatos formában állnak a vásárlók rendelkezésére, jövedelmük pedig a termékek értékesítésből képződik. A termék értékesítése után annak tulajdonjoga átkerül a szolgáltatótól a fogyasztóhoz. A szolgáltató feladata, hogy értékesítésre szánt termékeit megfelelően reklámozza, hogy a fogyasztó tudomására. A termékszolgáltató rendszerek piaca a szolgáltatásokra összpontosít, ami azt jelenti az egyes szolgáltatók tevékenységi köre igencsak homogén, a tranzakció befejeztével nem kerül átadásra tulajdonjog, hiszen a vásárló csak egy limitált idejű szolgáltatást/termék-hozzáférést vásárolt, nem pedig magát terméket. A szolgáltató számára (legyen az magánszemély, avagy vállalkozás) kiemelten fontos, hogy minőségi módon végezze azt, míg az újraelosztó platformok számára ez kevésbé kiemelt jelentőségű. Mind az újraelosztási piac, mind a termék-szolgáltatási rendszer két alcsoportra osztható aszerint, hogy ki a felelős a termék/szolgáltatás nyújtásáért - jogi személy (*business-B*) vagy magánszemély (*peer-P*):

- A szállító jogi személy, ahol a tranzakciókat a Business to Peer (B2P) vagy Business to Business (B2B)
- A szállító magánszemély vagy egyenrangú partner, ahol a tranzakciókat egyenrangú partnerként jellemzik. to Peer (P2P) vagy Peer to Business (P2B)

A kereslet-elv vezérelt, platform alapon működő üzleti modell rendszerezési elvét a (5. ábra) szemlélteti.



**5. ábra: A platform alapú, kereslet-elv vezérelt üzleti modell fő kategóriái**

*Forrás: saját szerkesztés (KOVACS, DAVID, NAGY, SZUCS, és NABRADI, 2021) alapján*

Az üzleti vállalkozás saját vagy idegen eszközökkel és munkaerővel, jövedelemszerzési céllal, hosszú távon, kockázatvállalás mellett végzett gazdasági tevékenységet folytató jogi személy (NÁBRÁDI, 2015). A vállalkozásnak bevallási (mérleg és eredmény-kimutatás) és adófizetési kötelezettsége van. Ezzel szemben, egy magánszemélynek csak korlátozott mértékben állnak rendelkezésre az eszközei, mérleg és eredménykimutatást nem köteles készíteni.

### ***Az Újraelosztó piac és a Termékszolgáltató rendszerek piacát megkülönböztető alapvető jellemzők***

Az újraelosztó piac típus megegyezik a BOTSMAN és ROGERS (2010a) féle, hasonlóan elnevezett piaci kategóriával, a FRENKEN (2017) féle körkörös gazdasággal, ahol a tranzakció a tulajdonjog átruházásával zárul (WIRTZ et al., 2019). A termékszolgáltató rendszerek piaca tartalmazza a BOTSMAN és ROGERS (2010a) féle felosztás másik két piactípusát: a termék-szolgáltató rendszer és az együttműködő életmód piacát; tartalmazza a FRENKEN (2017) féle osztályozás másik két típusát: a felhasználók közötti (P2P) és a hozzáférés-alapú gazdaságot, azonban e piaci kategóriánál nem kerül sor a tulajdonjog átadására (WIRTZ et al., 2019), a vevő csak korlátozott hozzáférést kap a javakhoz.

A két piaci kategória közti különbségeket az (8. táblázat) foglalja össze. A két kereslet-elv és platform vezérelt piaci kategóriák közti legfontosabb különbség a tulajdonjog átadása, illetve megmaradása. Az újraelosztó piac fókuszában a termék áll, amelyek változatos formában állnak a vásárlók rendelkezésére, jövedelmük pedig a termékek értékesítésből képződik. A termék értékesítése után annak tulajdonjoga átkerül a szolgáltatótól a fogyasztóhoz. A szolgáltató feladata, hogy értékesítésre szánt termékeit megfelelően reklámozza, hogy a fogyasztó tudomására hozza. A termékszolgáltató rendszerek piaca a szolgáltatásokra összpontosít, ami azt jelenti az egyes szolgáltatók tevékenységi köre igencsak homogén, a tranzakció befejeztével nem kerül átadásra tulajdonjog, hiszen a vásárló csak egy limitált idejű szolgáltatást/termék-hozzáférést vásárolt, nem magát terméket. A szolgáltató számára (legyen az magán- avagy jogi személy) kiemelten fontos, hogy minőségi módon végezze azt, míg az újraelosztó platformok számára ez nem annyira kulcskérdés.

**8. táblázat: Az újraelosztó és a termékszolgáltató rendszer piacának az összevetése**

| Újraelosztó piac                                                                                            | Termékszolgáltató rendszerek piaca                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Termék orientált                                                                                            | Szolgáltatás orientált                                                                                                   |
| A jószág tulajdonjoga átkerül a fogyasztóhoz                                                                | A jószág tulajdonjoga a szolgáltatónál marad                                                                             |
| A vállalaton belül a termékek heterogének                                                                   | A szolgáltatás nyújtó vállalaton belül a szolgáltatások homogenitása a jellemző                                          |
| Nem szükséges a szemtől szembeni interakció                                                                 | Alapvető fontossága van a szemtől-szembeni interakciónak a fogyasztóval                                                  |
| A szolgáltatás minősége másodlagos                                                                          | A szolgáltatás minősége nagyon fontos                                                                                    |
| A marketingtevékenység kiszervezhető a beszállítók felé                                                     | A marketingtevékenység nem ruházható át a szolgáltatókra                                                                 |
| Az értékesítés folyamatához nem szükséges a szállító elkötelezettsége, a tulajdon-átruházás kockázatmentes. | A szolgáltatásban részt vevők magas kockázatot vállalnak, kockáztatják javaikat, a tranzakció személyes jellege folytán. |

Forrás: Saját szerkesztés KUMAR et al. (2018) alapján

A PaKe vezérelt üzleti modell esetében két gazdasági tevékenységet különítettem el: értékesítés és bérbeadás. Az értékesítés tulajdonjog átruházással jár, míg a bérbeadási tevékenység alkalmával a jószág tulajdonjoga a szolgáltatónál/bérbeadónál marad. WIRTZ et al. (2019) gondolatmenetén tovább haladva, a kereslet-elv vezérelt internetes platform alapú vállalkozások esetében indokoltnak találtam a szolgáltatói csoportok szerinti elkülönítését, ennek mentén pedig megkülönböztettem a közösségi gazdaságot - *sharing economy* (SE) és az együttműködő fogyasztást - *collaborative consumption* (CC). Ennek elhatárolására azonban új megközelítést alkalmaztam (6. ábra).



**6. ábra: A PaKe vezérelt üzleti modell osztályozása**

Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2021) alapján

#### 4.1.3. Az újraelosztó piac szegmentációja

Az újraelosztó piac megkülönböztető elemeit a (9. táblázat) tartalmazza, melyek a piaci szerkezet és a szolgáltató minősége.

**9. táblázat: Az újraelosztó piac csoportjai, jellemzői**

| Megnevezés             | A csere módja: újraelosztás                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Piaci szerkezet        | Együttműködő fogyasztás – <i>collaborative consumption</i> : CC az újraelosztó piacon                                                                                                                                                     | Közösségi gazdaság – <i>sharing economy</i> : SE az újraelosztó piacon                                                                         |
| A szolgáltató minősége | Jogi személy – vállalkozás (B) – egy olyan gazdálkodó szervezet, amely rendelkezik mérlegkimutatással, mely a vállalat eszközeit, vagyonelemeit tartalmazza – a termékszolgáltatás tranzakciók B2P és B2B konstrukciókban valósulnak meg. | Magánszemély – egyén (P) – aki csak magántulajdonnal rendelkezik – a termékszolgáltatás tranzakciók P2P és P2B konstrukciókban valósulnak meg. |
| Tevékenység-típusok    | 1. Online (kis)kereskedelem ( <i>Online Market</i> ),<br>2. Pénzügyi szektor ( <i>Finance</i> )                                                                                                                                           |                                                                                                                                                |

Forrás: Saját szerkesztés

#### ***Együttműködő fogyasztás (CC) az újraelosztó piacon (b2b, b2p)***

A csoportosítást annak megfelelően végeztem el, amelyen szolgáltatókat sikerült beazonosítanom. A kereslet-elv vezérelt, digitális platform alapon működő újraelosztási piacon két terület került beazonosításra: online kereskedelem és pénzügyi szektor (finanszírozás).

Az online kereskedelmi platformok napjaink legnépszerűbb értékesítési csatornái, a világ minden táján ismerik és használják, mely működhet lokálisan, nemzeti szinten vagy akár globálisan is. A termékkínálat roppant széleskörű, ennek megfelelően a vásárlói bázis is hatalmas, akik azonnal vásárolnak, mielőtt a kívánságaiknak megfelelő termékre rátalálnak. Csak hogy néhányat említsünk a nagyok közül: Alibaba, Taobao vagy Jumia.

Pénzügyi szektor címszó alatt azokat az online közösségi finanszírozási (*crowdfunding*) platformokat értem, ahol befektetési céllal vállalkozások ajánlanak fel tőkét részesedésért (*equity financing*) cserébe: pl. CircleUp, SeedInvest, Tőkeportál.hu, de vannak kifejezetten szektorokra összpontosító crowdfunding alkalmazások, weboldalak: FarmFundr, Harvest Returns – mezőgazdaság; SooofInc, Solar Share, Wien Energie – energia ipar - zöldenergia. A pénzügyi szektor részletes bemutatása a termékszolgáltató rendszer keretében térek ki.

Fontos kihangsúlyozni, hogy az együttműködő fogyasztás - *collaborative consumption* (CC) esetében a szolgáltató, az üzleti tevékenység nyújtója minden esetben egy üzleti vállalkozás,

tehát vállalkozások kínálják fel termékeiket vagy eszközeiket (tőke) kereslet-elv vezérelt digitális platformokon keresztül, a tranzakció zárulta pedig tulajdonrész átruházásával zárul, vagy finanszírozás esetén részesedét szerez a finanszírozott gazdasági tevékenységből.

### ***Közösségi gazdaság (SE) az újraelosztó piacon (p2b, p2p)***

A kereslet-elv vezérelt, digitális platform alapon működő újraelosztási piacon, ahol a gazdasági tevékenység szolgáltatója magánszemély (*peer*), hasonlóan az előzőekben leírtakhoz, ugyancsak a már előzőekben bemutatott két területet azonosítottam: online piactér és pénzpiac (finanszírozás). Ez esetben az online piacterek döntő része lokálisan fejlődik, például: Facebook Marketplace, Publi24, vagy Meska, de vannak globálisan működő alkalmazások és weboldalak, melyek a világ minden tájáról összekapcsolják a felhasználókat, pl: Etsy, Amazon vagy BeForward. Magán felhasználók (p2p) között ugyancsak népszerűek azok az online alkalmazások, amelyek lehetővé teszik, hogy a felhasználók csere útján jussanak a kívánt termékhez, pl. Rukkola, UsedUp vagy SwapTree. A közösségi finanszírozási platformok ugyancsak nyitottak magánszemélyek előtt is, tehát magánszemély is dönthet amellett, hogy részesedésért cserébe támogat egy vállalkozást, például mezőgazdasági területen.

#### ***4.1.4. A termékszolgáltató piac szegmentációja***

A kereslet-elv vezérelt, digitális platform alapon működő termékszolgáltató rendszerben több területet is beazonosítottam: szállítás, szállás-szolgáltatás, professzionális és személyes szolgáltatások, online tartalmak, pénzpiac (finanszírozás) és javak (eszközök). A termékszolgáltató rendszerben nyújtott szolgáltatások révén a felhasználó élvezi egy termék vagy szolgáltatás használatának minden előnyét, a nélkül, hogy azt meg kellene vásárolnia. A fogyasztó egy meghatározott díj ellenében átmeneti hozzáférést kap, mely számára kisebb kiadással jár, mintha megvásárolná az adott terméket, a szolgáltató pedig ezáltal bevételhez jut a szabad kapacitás értékesítése folytán.

### ***CC a termékszolgáltató piacon (b2b, b2p)***

CC termékszolgáltató rendszer esetében a szolgáltatás nyújtója egy üzleti vállalkozás, tehát a bevételei ebből a tevékenységből származnak. Az digitális piactereket szolgáltató alkalmazások lehetővé teszik a tranzakciós költségek csökkenését, így az itt alkalmazott díjak kedvezőbbek, mint más, hagyományos értéklánc mentén működő vállalkozások esetében.

A CC mobilitási iparág olyan vállalkozásokat feltételez, amelyek saját járműflottával rendelkeznek, melyek bérbevehetőek egy egyszerűen kezelhető telefonos alkalmazás segítségével: Zipcar, Lime, Bird, Jump, MolBubi, MolLimo, stb. Több autógyártó is felismerte

annak a tényét, hogy a felhasználók nem minden esetben hajlandók vagy tudnak nagyobb összeget kifizetni egy új autóért. Amennyiben rövid ideig kívánják csupán azt használni, nem akarják az autó fenntartási költségeit, parkoltatását, biztosítási díjait vállalni. Ezért önállóan, vagy akár együttműködve más vállalkozásokkal, ezt a piaci igényt kielégítendő, ún. komplex megosztást lehetővé tevő üzleti modellek és az igényt kezelni tudó alkalmazások fejlesztésébe kezdtek. Ilyen példa a BMW és Mini autók gyártójának Drive Now applikációja, a Daimler Car2Go alkalmazása, vagy a Škoda Uniqway autómegosztó platformja. Ezek a gyártók már felismerték a mobilitás, a konnektivitás és a digitalizáció nyújtotta lehetőségek következő szintjét.

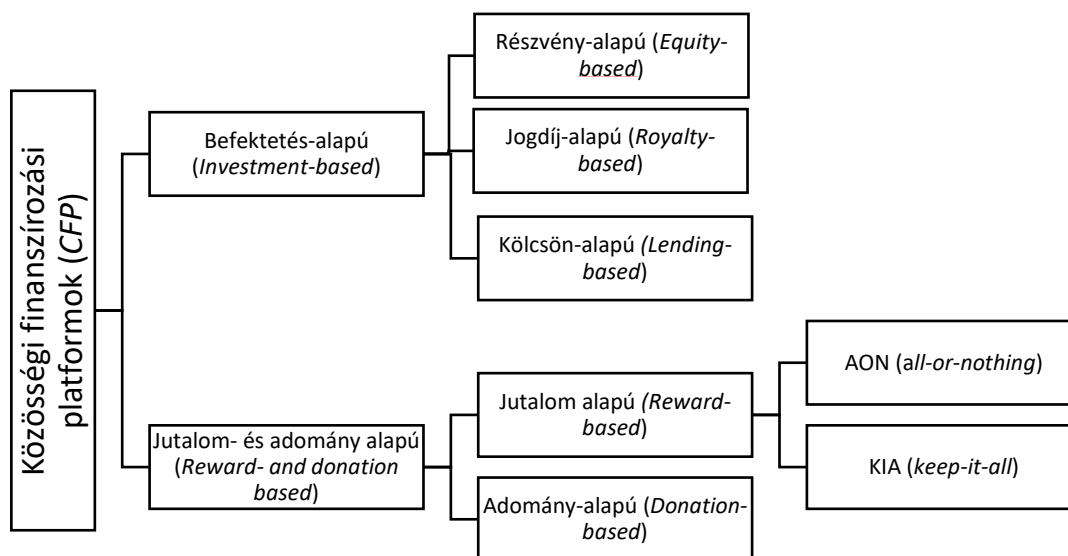
A CC turisztika és szállodaipar szolgáltatói azok a vállalkozások, amelyek többnyire szállodákat is működtetnek. Ilyen applikáció az AccorHotels-hez tartozó *onefinestay.com*, melyet azért vásárolt meg 2016-ban, hogy valamiféle válaszreakciót adjon arra digitális kihívásra, amely elé az Airbnb online szállásközvetítő piactér állította őket. Hasonlóképpen járt el a Hyatt is 2017-ben, amikor egy olyan alkalmazásba történő beruházás mellett döntöttek, melynek neve Oasis, ahol a bérlők páratlan kínálatból (ún. *Unbound Collection*) mazsolázhatnak (kivételes lakások, apartmanok) és társítja hozzá a szállodai tartózkodás minden előnyét. De a népszerű Airbnb alkalmazás keretein belül is több szálloda vagy panzió kínálja szolgáltatásait.

A CC professzionális és személyes szolgáltatások az online közvetítő platformokat tömöríti. Amikor a szolgáltatás nyújtója egy vállalkozás, a platformon kínált szolgáltatás általában egy adott tevékenységi kört jelöl, így pl. takarítás (Rendi) vagy szállítás (AmazonFlex). Ugyancsak ide sorolandók azok a vállalkozások, amelyek közösségi (*coworking*) irodákat működtetnek, pl. Loffice Coworking, Xpotential (Debrecen), ahol alakuló vállalkozások, startup-ok magas színvonalú infrastrukturális és adminisztratív háttérrel vehetnek igénybe, melyet egyébként nem engedhetnének meg maguknak. Sok esetben ezekre a szolgáltatásokra nincs állandó jelleggel szüksége a vállalkozásnak, úgy jelentkezik, mint a home-office alternatívája.

A CC szórakozás, multimédia és telekommunikáció (*online content*) esetében csak a legnagyobbak közül néhányat említve, mint a Netflix, Prime Video, Spotify vagy Deezer. Az itt felsorolt vállalkozások mindegyike előfizetéses üzleti modellt alkalmazó streaming szolgáltató, ahol a fogyasztó havidíj ellenében fér hozzá a kínált online tartalmakhoz. De nem csak a szórakoztatást jelentik az online tartalmak, gondoljunk csak a megannyi, és mostanság igencsak népszerű online kurzusokra, tanfolyamokra, például a LinkedIn által működtetett Lynda-ra, vagy a Khan Academy leckeönyvtárára. Mindemellett egyre több felsőoktatási

intézmény ismeri fel, hogy azt a tudásanyagot, amivel oktatóik, kutatóik rendelkeznek, akár értékesíteni is lehet a kereslet-elv vezérelt digitális platformok segítségével.

A termékszolgáltató rendszerben működő pénzügyi szektorban (finanszírozás) a felforgató típusú újítások (*disruptive technology*) jelentős teljesítményjavulást eredményeztek, csökkenő költségek mellett. Ma már pénzügyi szolgáltatásokat nem csupán banki intézmények tudnak nyújtani, hiszen új szereplők, új modellek jelentek meg a pénzügyi tranzakciós térben, legyen szó hitelezésről vagy transzfertszolgáltatásról, köszönhetően az információs és kommunikációs technológia decentralizáltságának. BELLEFLAMME, OMRANI és PEITZ (2015) a közösségi finanszírozási platformoknak (*Crowd Funding Platforms* - továbbiakban CFP) két nagy típusát különbözteti meg: befektetési célú (*investment-based*) illetve a jutalom- és adomány-alapú (*reward- and donation-based*) CFP (7. ábra).



**7. ábra: A közösségi finanszírozási platformok osztályozása**

*Forrás: Saját szerkesztés BELLEFLAMME et al. (2015) alapján*

A befektetés alapú CFP az alábbiak szerint bontható:

- Részvény-alapú (*equity-based*) finanszírozás – ahol a vállalkozó tulajdonrészt ajánl fel a finanszírozásért cserébe. Ezt a finanszírozási modellt már bemutattuk az újraelosztó piacok kapcsán;
- Jogdíj-alapú (*royalty-based*) finanszírozás – ahol a projektgazda a tőkéből generált jövőbeli árbevétel egy részét ajánlja fel a befektetők részére. Pl.: Quirky;
- Kölcsön-alapú (*lending-based*) finanszírozás – ahol a közösség tagjai együtt nyújtanak kölcsönt egy személynek vagy vállalkozásnak. Pl.: CircleUp, MagNetBank, Prosper, Zopa, Grupeer, FundingCircle, Lending Club.

A jutalom- és adomány alapú finanszírozásért cserébe a befektetők nem várnak el pénzületi nyereséget, cserébe szolgáltatásokat, termékeket szereznek, vagy csupán támogatják annak megvalósulását, vagy esetleg az előző kettő ötvözete. A jutalom- és adomány alapú CFP típusai:

- AON (*All-Or-Nothing*) finanszírozási modell – a vállalkozó előre meghatározza az összegyűjteni kívánt összeget, amit csak akkor kap képhez, ha az összegyűl, tehát a limitösszeg elérése esetén indul a projekt megvalósítása. Pl.: Kickstarter, Crowdfunder, Crowdsupply, WeAreHere, Multifinantare.ro, Potsieu.ro, Startarium;
- KIA (*Keep-It-All*) finanszírozási modell – függetlenül attól, hogy az előre meghatározott forrás összejön-e vagy sem, az összeg felhasználható a projekt kivitelezésére. Pl.: IndieGogo, GoFundMe, Sponsume;
- Adomány alapú finanszírozás – társadalmi, közösségi, kreatív vagy személyes projekteket lehet támogatni, egyszeri vagy rendszeres adományozás formájában, melyért cserébe az adományozó semmilyen ellentételezést nem vár el (KUTI és MADARÁSZ, 2014). Pl.: Causes, AdjukOssze.hu, Patreon.

Az előzőekben ismertetett közösségi finanszírozási formák egyaránt tartozhatnak a CC vagy az SE termékszolgáltató rendszeréhez, nem lehet egyértelműen kijelenteni, hogy adott finanszírozási forma vállalkozásokra, avagy magánszemélyekre jellemző inkább. Ezért tárgyaltam ebben az esetben összevonva, a későbbiekben erre már nem fogok visszatérni.

A CC termékszolgáltató rendszerekben a fogyasztói javak alatt az üzleti vállalkozások eszköz-bérbeadási tevékenysége tartozik, mely által javítható az eszközkihasználás hatékonysága, pl: mezőgazdaságban (HelloTractor.com), építőiparban (Edilmag), mindezt úgy, hogy ne kelljen érte elmennie a leendő bérlőnek, egy alkalmazáson keresztül lehetővé téve annak megrendelését. A társított szolgáltatásokkal, egyszerűen rendezhetőek a fizetés (*fintech* rendszerek segítségével), biztosítás (*insurtech* rendszereken keresztül) és ezen belül az esetleges káresemények.

### ***SE a termékszolgáltató rendszerekben (p2b, p2p)***

A szakirodalmi feldolgozásban szereplő definíciós kritériumok alapján is ezt a kategóriát ismerik el a legtöbben közösségi gazdaságnak (BOTSMAN és ROGERS, 2010b; DUDÁS és BOROS, 2019; EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2019; SZEGEDI, 2019). Az SE termékszolgáltató rendszerben a szolgáltató egy magánszemély (peer), kinek korlátozott mennyiségben állnak a rendelkezésére azok a javak/szolgáltatások melyeknek használati jogát hajlandó a fogyasztóval megosztani. A közvetítő szerepét ezúttal is egy digitális platform vagy alkalmazás látja el, ezen keresztül találhatnak egymásra a vevők és eladók.

Az SE mobilitási iparág – közismertebb néven *ridesharing* szolgáltatások – alkalmával a magánszemély autótulajdonos utazása során felajánlja autója szabad üléseit meghatározott díjért cserébe. Ilyen alkalmazás például az Oszkár vagy a BlaBlaCar. Ebben az esetben az autós előre meghatározott majd az alkalmazáson keresztül meghirdetett uticéljához keres utastársat, jellemzően abból a célból, hogy spóroljon ezáltal az utazási költségein. Ugyancsak ebbe a kategóriába tartozik a sokak által csak taxis alkalmazásnak nevezett Uber applikáció, amely segítségével utazók szállítási szolgáltatásokat tudnak igénybe venni, pénzért cserébe, és amelyet szigorú, közösség által értékelt rendszer szabályoz. Hasonló elven működő további applikációk: GetTransfer, Wunder Mobility vagy a Grab.

Az SE turisztikai és szállodaipar alkalmazásai (pl: Airbnb, HomeAway, Wimdu vagy 9flats) magánszemélyek számára is lehetővé teszi, hogy átmenetileg vagy akár tartósan ki nem használt ingatlanjaikat bérbe adjak, jellemzően rövidebb távra. Ugyancsak ide sorolandóak azok az alkalmazások, amelyek a közösségi parkolást teszik lehetővé: Barking, ParkOnMyRide vagy JustPark. A közösségi parkolás egy olyan valós idejű szolgáltatás, ahol a regisztrált felhasználók láthatják, hol van a közelben kiadó/szabad parkolóhely.

Az SE professzionális és személyes szolgáltatások alkalmazáson keresztüli megosztása szakít a hagyományos vállalkozások működési normáival, hiszen olyan magánszemélyeket szerveznek közösségekbe, akiknek a szolgáltatását online közvetíti a felhasználók felé. Jellemző kifejezés még erre az *on-demand economy*, valamint a *gig-economy*. Az alkalmazásokon, internetes platformokon hirdetett szolgáltatások igény-szerúsége (*on-demand*) azt jelenti, hogy a szolgáltatásért csak akkor és annyit kell fizetni, amennyi időre azt igénybe veszi a fogyasztó, a *haki* (*gig*) pedig a rövid távú, alkalmi jellegét hangsúlyozza. Jellemzően az alkalmazások révén rövidtávú és egyszeri munkákra lehet szerződni, az ellenszolgáltatás kifizetése és az értékelések és visszajelzések is az applikáció keretén belül történik. A legkülönbözőbb szolgáltatásokkal lehet itt találkozni, kezdve a kutyasétáltatástól a legkomplexebb tervezési feladatokig: pl. Jószaki (közösségi ezermester), TaskRabbit (szabadúszók piactere), Wag! (kutyasétáltatás) vagy Foodora (étel és még sok más kézbesítése).

Az SE szórakoztató, multimédia és telekommunikációs online tartalmak olyan platformokat jelölnek, ahol a regisztrált felhasználók osztanak meg egymással információkat, gondoljuk csak a közösségi navigációs szolgáltatásokra, mint a Waze, GoogleMaps, amely valós idejű forgalmi adatokkal szolgál az utazók számára, és amelynek tartalmát ugyancsak az utazók szerkesztik. Számos tanulást, szórakozást vagy más tevékenységet elősegítő videó érhető el a Facebookon (Meta), TikTok-on vagy a YouTube csatornáin keresztül, melynek tartalmát ugyancsak a felhasználók szerkesztik.

Az SE termékszolgáltató rendszerekben a fogyasztói javak alatt a különböző eszköztípusok megosztását értjük, amelyre tulajdonosának pillanatnyilag nincs szüksége, és hajlandó azt adott összegért cserébe (vagy akár ingyen is) mások rendelkezésére bocsátani. Klasszikus példa a háztartási fűró példája, amelyet élettartama során egy háztartásban maximum 10-15 percig használnak, a fennmaradó idejét pedig egy polcon tölti (BOTSCHAN és ROGERS, 2010b). Az eszközök megosztásán keresztül csökkenthető a túlfogyasztás, növelhető az eszközök kihasználása és akár plusz jövedelem generálására is alkalmas. Mindehez elegendő csupán a megfelelő alkalmazást letölteni és már indulhat is a pillanatnyilag kihasználatlanul álló javak megosztása.

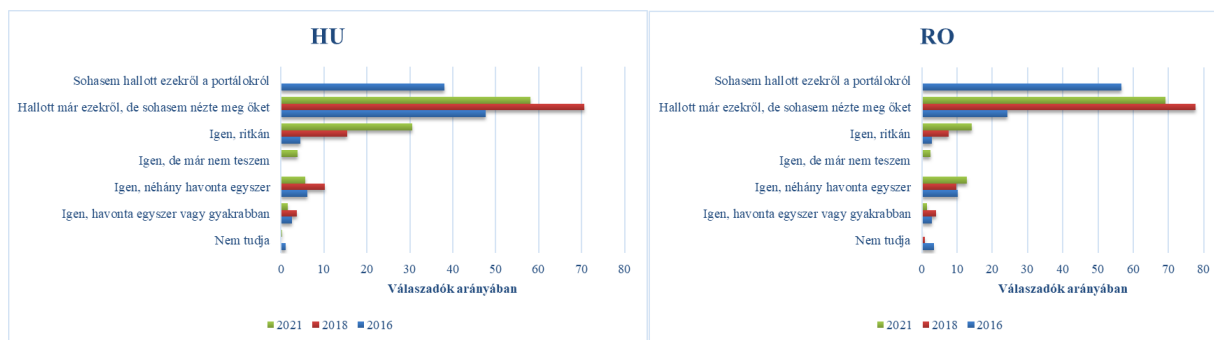
## **4.2. A PaKe vezérelt vállalkozások**

### ***4.2.1. A PaKe vezérelt vállalkozások ismertségének vizsgálata kvázi longitudinális vizsgálat segítségével Magyarországon és Romániában***

Az első kérdőív alapján, 2016-ban a magyarországi válaszadók ( $N_{HU}=507$  fő) 61%-a és romániai megkérdezettek közül ( $N_{RO}=500$  fő) 40% van tisztában a közösségi platformok létezésével (8. ábra). Majdnem minden hetedik válaszadó használta már a platform alapon kínált szolgáltatásokat legalább egyszer.

2018-ra már nem volt kérdés a közösségi platformok tényének ismerete, sokkal inkább a használatának a gyakoriságára vonatkozott a kérdés. Így a magyarországi válaszadók ( $N_{HU}=1001$  fő) közel 30%-a, és a romániaiak ( $N_{RO}=1006$  fő) 21%-a számolt be arról, hogy élt már legalább egyszer a platformok kínálta lehetőséggel, igénybe véve annak valamilyen szolgáltatását. A használati gyakoriságot illetően, a legtöbben néhány havonta egyszer vesznek igénybe ily módon kínált szolgáltatásokat, mindkét országban 10% körüli arányban.

2021-ben a közösségi platformokon kínált szolgáltatások alatt már csak a rövidtávú lakáskiadási szolgáltatásokat mérték, a többi szolgáltatás már nem képezte a kérdőív tárgyát. Magyarországról  $N_{HU}=1003$  főt kérdeztek meg, Romániából pedig  $N_{RO}=1009$  főt. Új válaszlehetőségként megjelent a platformokat korábban használó, de időközben valamiért át(meg)gondoló fogyasztói vélemény is, mely Magyarországon 4%, Romániában pedig 2,5%. Megközelítőleg 10%-kal csökkent mindkét országban azon válaszadók aránya, akik nem használják e szolgáltatásokat, azonban a használati gyakoriság tekintetében a szórványos használat a legnépszerűbb.



**8. ábra: A közösségi platformokon kínált szolgáltatások igénybevétele**

*Forrás: Saját szerkesztés*

Homogenitás vizsgálatot végeztem a két ország között, feltételezve, hogy 2016, 2018 és 2021-ben, és a (10. táblázat) szerint indikált értékeket kaptam. Ennek értelmében, mivel a p-érték minden esetben kisebb mint 0,05, megállapítható, hogy a vizsgált évek egyikében sem homogén a két ország, a válaszokban szignifikáns eltérés tapasztalható.

**10. táblázat: Homogenitásvizsgálat a platformokon kínált szolgáltatások igénybevételeiről**

| Év   | Pearson $\chi^2$ | Szabadságfok | p-érték                |
|------|------------------|--------------|------------------------|
| 2016 | 71,909           | 7            | 0,00                   |
| 2018 | 30,387           | 3            | 1,144*10 <sup>-6</sup> |
| 2021 | 100,1            | 4            | 0,00                   |

*Forrás: Saját szerkesztés*

2016-ban szignifikáns eltérést mutattam ki a magyarországi és a romániai válaszadók között az alábbiak szerint: a romániai válaszadók szignifikánsan gyakrabban mondták azt, hogy nem hallottak a közösségi platformokról, mint a magyarországi válaszadók (11. táblázat). Mindkét állam esetében a Pearson-maradék abszolút értékben (2...4) között volt, ami szignifikáns eltérést mutat a homogén eloszlástól. A magyarországi válaszadók szignifikánsan többször állították, mint romániai szomszédjaik, hogy bár hallottak már a közösségi portálokról, mégsem voltak rá kíváncsiak közelebbről. Ebben az esetben a Pearson-maradék abszolút értéke (4...4,4) között volt, tehát az eltérés még hangsúlyosabb, mint az előző esetben.

2018-ban az eltérés a közösségi platformok ritka (11. táblázat), alkalmankénti használata esetében volt szignifikáns, a Pearson-maradék abszolút értéke ebben az esetben (2...3,6) között alakult. Ennek értelmében a romániai válaszadók a közösségi platformokon nyújtott szolgáltatásokat szignifikánsan gyakrabban választják, mint magyarországi szomszédjaik.

2021-re a szignifikáns különbség még több esetben kiütözik a magyarországi és a romániai felhasználók között, ami platformokon keresztül kínált szolgáltatások igénybevételét illeti (11. táblázat). A romániai válaszadók gyakrabban válaszolták azt, hogy soha nem vettek még így igénybe szolgáltatásokat, mint a magyarországiak. A közösségi platformokon kínált szolgáltatások igénybevételének gyakoriságát tekintve is szignifikáns eltérést tapasztaltam. A magyarországi felhasználók körében gyakoribb a sporadikus használat, míg a romániai válaszadók körében a gyakoribb használat a jellemzőbb.

**11. táblázat: Szignifikánsan eltérő válaszok a platformokon kínált szolgáltatások igénybevételéről**

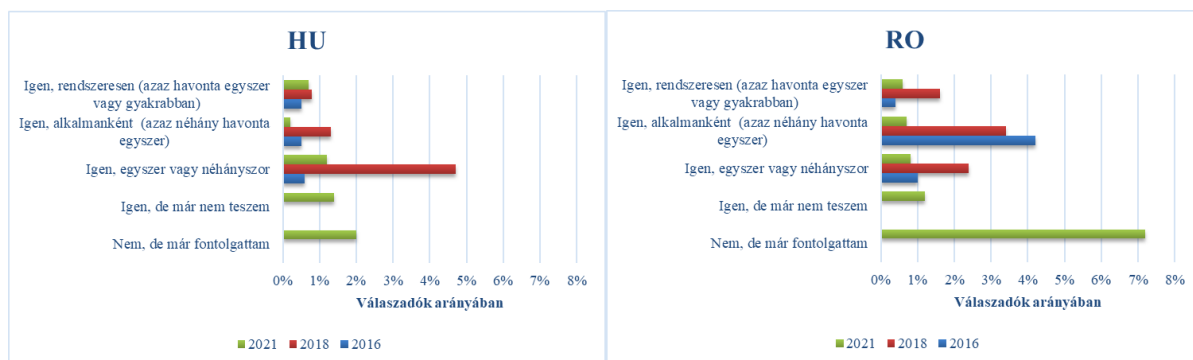
| Év   | Válaszlehetőség                                 | Válaszok gyakorisága |     | Pearson maradék<br>(abszolút értékben) |
|------|-------------------------------------------------|----------------------|-----|----------------------------------------|
|      |                                                 | HU                   | RO  |                                        |
| 2016 | Soha sem hallott ezekről a portálokról          | 193                  | 283 | 2...4                                  |
|      | Hallott már ezekről, de soha sem nézte meg őket | 242                  | 121 | 4...4,4                                |
| 2018 | Igen, ritkán                                    | 154                  | 76  | 2...3,6                                |
| 2021 | Nem, soha                                       | 582                  | 698 | 2...4                                  |
|      | Igen, ritkán                                    | 306                  | 143 | 4...5,5                                |
|      | Igen, néhány havonta egyszer                    | 57                   | 128 | 2...4                                  |

*Forrás: Saját szerkesztés*

A homogenitásvizsgálat alapján elmondható, hogy a platform alapon nyújtott szolgáltatásokat ismertsége mindhárom vizsgált évben magasabb volt Magyarországon, azonban a rendszeres használat inkább a romániai felhasználókra jellemző. Bár alacsonyabb a romániai felhasználóknak az aránya, azonban ők nagyobb valószínűséggel lesznek visszatérő fogyasztók, mint magyarországi szomszédjaik.

Magyarországon a megkérdezettek alig 1,6%-a nyújtott már szolgáltatást közösségi platformokon keresztül, míg Romániában a bérbeadók aránya ennek a 3,5-szerese (5,6%) (9. ábra). Azonban ez a szám abszolút értékben még mindig roppant alacsony, tekintve a megkérdezettek számát. 2018-ban kiegyensúlyozottabb a két ország lakóinak részvétele a szolgáltatások nyújtása terén (HU=6,8%, RO=7,4%) és abszolút értékben is növekedett a szolgáltatásokat kínáló szolgáltatók száma. 2021-ben, amikor már csak a szálláshelyszolgáltatás területén

nyújtott tevékenységeket mérték fel, új válaszlehetőségként felmerül az „Igen, de már nem teszem” és a „Nem, de már fontolgattam”. A szolgáltatók aránya értelemszerűen csökkent, hiszen mint említettem, már csak a szállásslátogatás nyújtására volt kíváncsi az EB. Így Magyarországon és Romániában is a megkérdezettek csupán 2%-a nyújtott ilyen jellegű szolgáltatást közösségi platformokat felhasználva. Korábban nyújtott szolgáltatást, de már nem teszi a magyarországiak 1,2%-a, illetve a romániaiak 1,4%-a, valamint fontolgtatják a szálláshelyek bérbeadásának ilyen módját a magyarországiak 2%-a, valamint a romániai megkérdezettek 7,2%-a.



**9. ábra: A közösségi platformon nyújtott szolgáltatások gyakorisága**

*Forrás: Saját szerkesztés*

Mindezek mellett azért meg kell jegyezni, hogy a három vizsgált év átlagait tekintve 90% körül van azoknak az aránya, akik soha nem kínáltak semmilyen szolgáltatást közösségi platformokat felhasználva, és nem is fontolgtatják ennek a lehetőségét.

Homogenitás vizsgálatot végeztem a két ország között, feltételezve, hogy 2016, 2018 és 2021-ben, és a (12. táblázat) szerint indikált értékeket kaptam. Ennek értelmében, mivel a p-érték minden esetben kisebb mint 0,05, megállapítható, hogy a vizsgált évek egyikében sem homogén a két ország, a válaszokban szignifikáns eltérés van.

**12. táblázat: Homogenitásvizsgálat a platformokon nyújtott szolgáltatásokról**

| Év   | Pearson $\chi^2$ | Szabadságfok | p-érték               |
|------|------------------|--------------|-----------------------|
| 2016 | 8,2903           | 3            | 0,04038               |
| 2018 | 19,553           | 3            | 0,0002101             |
| 2021 | 35,037           | 5            | 1,48*10 <sup>-6</sup> |

*Forrás: Saját szerkesztés*

2016-ban szignifikáns eltérést tapasztaltam a magyarországi, platform alapon alkalmanként szolgáltatást kínálók között, tehát a sporadikusan szolgáltatásokat kínálók körében. 2018-ban

is hasonló dolgot figyeltem meg. Az alkalmanként szolgáltatásokat kínáló aránya ritkább a magyarországiak között, és gyakoribb a romániaiak esetében, a Pearson-maradék abszolút értékben (2...2,2) között alakult, mely szignifikáns eltérésre utal a két ország válaszadói esetében. 2021-ben, a platform alapon nyújtott szolgáltatások esetében fontolgatják a szálláshelyek bérbeadásának ilyen módját a magyarországiak 2%-a, valamint a romániai megkérdezettek 7,2%-a. Ebben az esetben is kimutatható a szignifikáns eltérés a homogén eloszlástól a két ország válaszadóit tekintve. A romániai válaszadók közül többen vélik úgy, hogy érdemes lenne kipróbálni a szállásszolgáltatás platform alapú módozatát (13. táblázat).

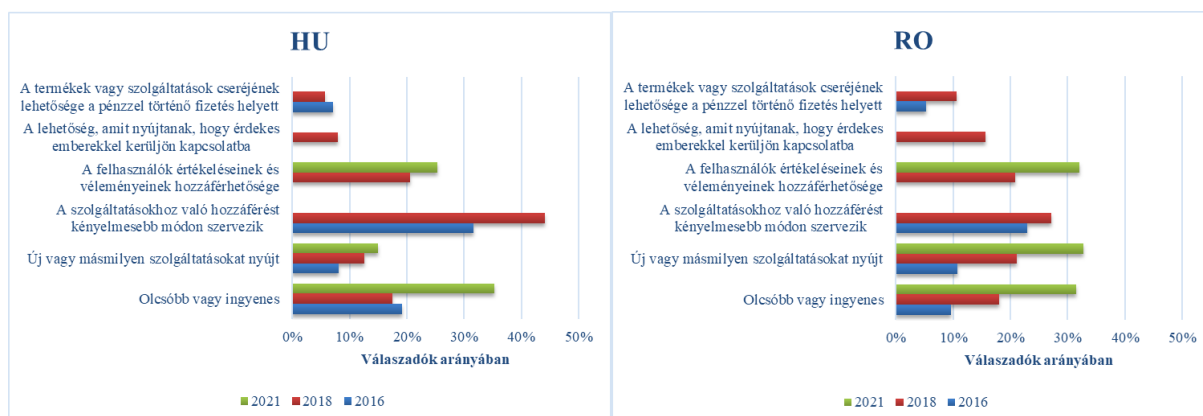
**13. táblázat: Szignifikánsan eltérő válaszok a platformokon nyújtott szolgáltatásokról**

| Év   | Válaszlehetőség                                  | Válaszok gyakorisága |    | Pearson maradék (abszolút értékben) |
|------|--------------------------------------------------|----------------------|----|-------------------------------------|
|      |                                                  | HU                   | RO |                                     |
| 2016 | Igen, alkalmanként (azaz néhány havonta egyszer) | 2                    | 15 | 2...2,2                             |
| 2018 |                                                  | 13                   | 34 |                                     |
| 2021 | Igen, de már nem teszem                          | 20                   | 73 | 2...3,9                             |

*Forrás: Saját szerkesztés*

A platformokon kínált szolgáltatások előnyeivel kapcsolatban értelemszerűen csak azok a fogyasztók tudtak nyilatkozni, akik már vettek igénybe ily módon kínált szolgáltatásokat. 2016-ban a megkérdezettek átlag 50%-a, 2018-ban 75%, illetve 2021-ben 64% még nem próbálta őket Magyarországon és Romániában. Ezen platformok iránti nyitottság 2018-ban Lettországból volt a legmagasabb az EU-n belül, ahol a megkérdezettek már 36%-a próbálta a szolgáltatást (KOVÁCS és NÁBRÁDI, 2020). Akik azonban használták, mindkét országban a szolgáltatásokhoz való hozzáférés kényelmes módját értékelték a legjobbra (2016 és 2018); 2021-ben ez a válaszlehetőség már nem szerepel. A mindhárom kérdőívben előforduló válaszlehetőségek közül, a kínált szolgáltatások előnyös árazását értékelik a fogyasztók. Magyarországon 2016-ban és 2018-ban közel minden ötödik válaszadó emelte ki, Romániában 2016-ban közel 10%, a következő felmérés alkalmával pedig ez az arány megkettőződött, közelítve a magyarországi felmérés eredményéhez (10. ábra). 2021-ben a platform alapú szállásszolgáltatás esetében is vezető helyen szerepel ez az opció (HU = 35%, RO= 31,5%). További előnyként emelik ki a fogyasztók mindhárom vizsgálati időpontban a szolgáltatás jellegének diverzitását, a magyarországi felhasználók esetében egy közel 4%-os konstans növekedés figyelhető meg a 2016-os 8%-os bázisértékhez viszonyítva. Romániában 2016-ban

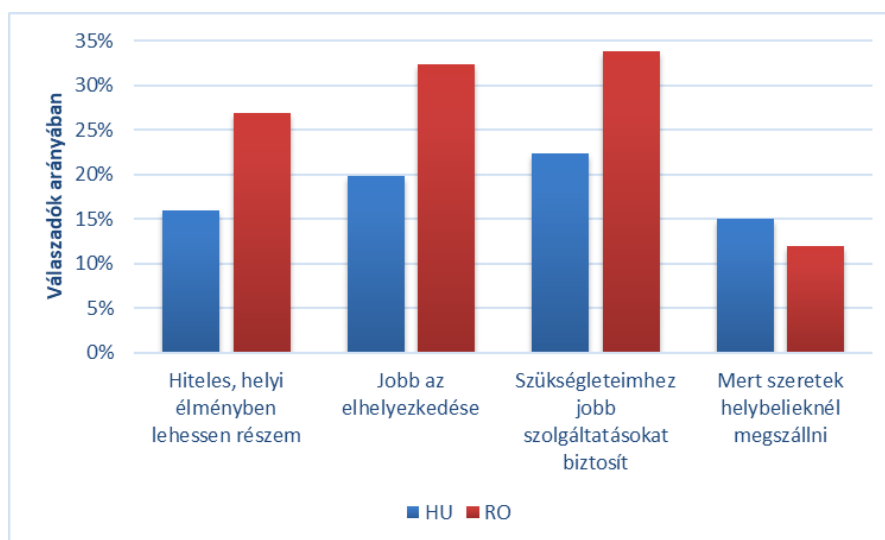
ez az arány 10%-volt, amely minden további alkalommal 10%-kal nő, 2021-ben elérve a 32,7%-ot.



**10. ábra: A közösségi gazdaság portáljain kínált szolgáltatások előnyei**

*Forrás: Saját szerkesztés*

2021-ben a platform alapú szállásslátogatás előnyeinek feltűnik a szállásélmény autentikus jellege, a bérlemény előnyösebb elhelyezkedése, a szolgáltatás személyre szólóbb jellege (a személyes igényekhez jobban igazodó) valamint a helybeli emberek lakhatási szokásainak megismerésének lehetősége (11. ábra).



**11. ábra: A platform alapú szállásslátogatás előnyei (HU és RO, 2021 vonatkozásában)**

*Forrás: Saját szerkesztés*

A magyarországi válaszadók kissé visszafogottabban reagálnak ezekre az előnyökre, mint romániai szomszédjaik, ám mindkét országban a szállás jobb igazodása a fogyasztói szükségletekhez szerepel, mint vezető előny. Ezt követően szorosan a második helyen kiemelt preferencia az elhelyezkedés, melyet a szállásélmény hitelessége követ. A szocializációs

lehetőségért, mint előny, a magyarországi válaszadók némileg jobban lelkesednek, mint a romániai fogyasztók.

Homogenitás vizsgálatot végeztem a két ország között, feltételezve, hogy 2016, 2018 és 2021-ben, és a (14. táblázat) szerint indikált értékeket kaptam. Mivel a p-érték minden esetben kisebb mint 0,05, megállapítható, hogy a vizsgált évek egyikében sem homogén a két ország, a válaszokban szignifikáns eltérés van.

**14. táblázat: Homogenitásvizsgálat a platform alapon nyújtott szolgáltatások előnyeiről**

| Év   | Pearson $\chi^2$ | Szabadságfok | p-érték                |
|------|------------------|--------------|------------------------|
| 2016 | 48,51            | 13           | 5,368*10 <sup>-6</sup> |
| 2018 | 140,78           | 17           | 0,00                   |
| 2021 | 615,99           | 17           | 0,00                   |

*Forrás: Saját szerkesztés*

2016-ban és 2018-ban is a két ország válaszadóinak véleménye szignifikánsan különbözik egymástól a kínált szolgáltatások újszerűségét illetően (15. táblázat). A magyarországi válaszadók esetében szignifikánsan ritkábban fordult elő ez a válaszlehetőség, mint a romániai válaszadók körében, akik szerint a platformokon nyújtott szolgáltatások jellege diverzifikáltabb ezáltal. További szignifikáns eltérést tapasztaltam 2018-ban még a tekintetben is, hogy a romániai válaszadók közül többen emelték ki előnyként annak a lehetőségét, hogy érdekes emberekkel találkozhatnak ezáltal, valamint, hogy fizetés helyett a csere is felmerül fizetési alternatívaként.

2021-ben, amikor már csak a szállássl szolgáltató platformokat fogyasztóit kérdezték annak előnyeiről, a két ország nem homogén, szignifikáns eltérés van közöttük (15. táblázat). Az abszolút értékben (2...7,4) közötti Pearson-maradékok jelentős eltérést mutatnak a szignifikáns eloszlástól. Ennek értelmében a romániai válaszadók szignifikánsan gyakrabban emelték ki előnyként a szolgáltatás diverzitását, a szálláshely hitelességét, annak előnyösebb elhelyezkedését, mely ezáltal jobban illeszkedik a fogyasztó elvárásaihoz, végül pedig a felhasználói vélemények elérhetőségét illetően is többen méltatták.

**15. táblázat: Szignifikánsan eltérő válaszok a platform alapon nyújtott szolgáltatások előnyeiről**

| Év   | Válaszlehetőség                                                                        | Válaszok gyakorisága |     | Pearson maradék (abszolút értékben) |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----|-------------------------------------|
|      |                                                                                        | HU                   | RO  |                                     |
| 2016 | Új vagy másmilyen szolgáltatásokat nyújt                                               | 41                   | 55  | 2...2,8                             |
| 2018 | A hagyományos csatornákon keresztül a szolgáltatások szélesebb választéka elérhetetlen | 64                   | 107 | 2...4                               |
|      | A lehetőség, amit nyújtanak, hogy érdekes emberekkel kerüljön kapcsolatba              | 40                   | 80  |                                     |
|      | A szolgáltatások cseréjének lehetősége, az érték történő fizetés helyett               | 29                   | 54  |                                     |
| 2021 | Igen, de már nem teszem                                                                | 20                   | 73  | 2...3,9                             |
|      | Új vagy másmilyen szolgáltatásokat nyújt                                               | 109                  | 238 | 4...7,4                             |
|      | Hogy hiteles, helyi élményben lehessen részem                                          | 116                  | 196 |                                     |
|      | Jobb az elhelyezkedése                                                                 | 144                  | 236 |                                     |
|      | Szükségleteimhez jobb szolgáltatásokat biztosít                                        | 163                  | 246 |                                     |
|      | A felhasználók értékelése és véleménye rendelkezésre áll                               | 185                  | 233 | 2...4                               |

*Forrás: Saját szerkesztés*

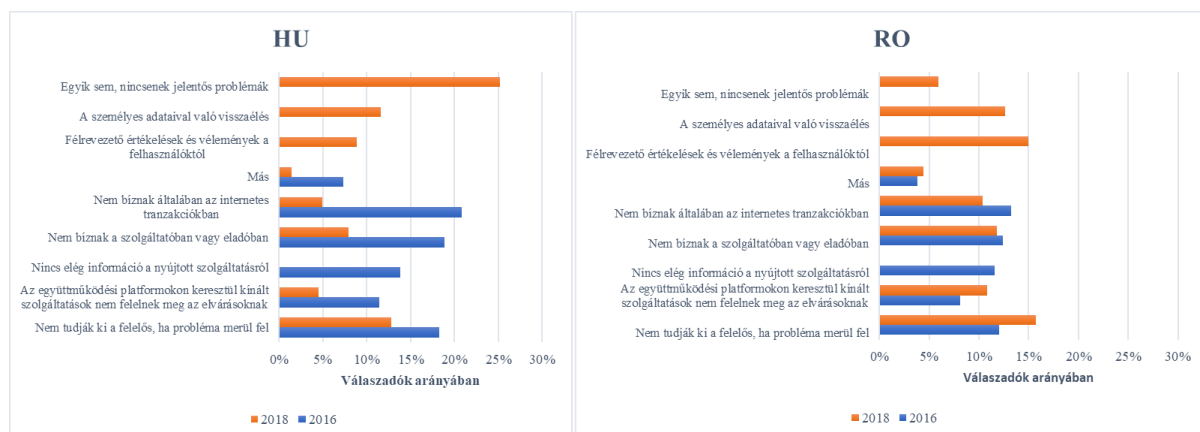
A három vizsgált év alapján elmondható, hogy a romániai felhasználók inkább nyitottak az újdonságok felé, szívesen próbálnak ki új dolgokat.

2016-ban a közösségi platformok szolgáltatásait használó magyarországi felhasználók közül minden ötödik a bizalom hiányát emelte ki, mint tapasztalt hátrány: nem bíznak az internetes tranzakciókban, továbbá hasonlóképpen vélekedtek a szolgáltató személyéről (12. ábra). A romániai felhasználók körében is e bizonytalansági tényezők szerepelnek az első helyen, ám az arány mérsékeltebb, 13% körüli. A bizonytalanság - amely egy esetleges probléma kapcsán merül fel - is igen magas arányt képvisel, a magyarországi felhasználók 18%-a, a romániai megkérdezettek 12%-a tekinti jelentős hátránynak a hagyományos értékesítési csatornákhöz viszonyítva. A platform alapon kínált szolgáltatások esetében majdnem minden tizedik felhasználó (HU vagy RO) véli úgy, hogy tart attól, hogy az nem felel meg az elvárásainak.

2018-ra a fent említett hátrányok már kevésbé hangsúlyosak a magyarországi fogyasztók esetében. Itt egyértelműen egy csökkenő tendenciáról beszélhetünk. Csökkent a bizalmatlanság

a digitális tranzakciókkal szemben (ötödére esett vissza-4,9%), a szolgáltató személyével kapcsolatban (harmadára csökkent-7,9%), mind pedig a problémás helyzetek kezelését illetően (harmadával csökkent-12,8%). A romániai fogyasztók esetében, az internetes tranzakciók és a szolgáltató személyével kapcsolatos tapasztalatok esetében egy enyhén javuló tendencia körvonalazódik, néhány százalékpontos javulást érve el. Nőtt viszont azon válaszadók aránya, akik a problémás esetek megoldását bizonytalannak érzik (15,7%).

Elég magas, 10% körüli értéket képviselt a magyarországi és a romániai válaszadók körében 2016-ban az azoknak az aránya, akik szerint nem érhető el elegendő információ a platformokon kínált szolgáltatásokról. Ennek a kérdésnek azonban nincs folytatása a 2018-as kérdőívben, helyébe a felhasználók félrevezető értékelései lépnek. Így a magyarországi felhasználók 9%-a, míg a romániai felhasználók 16%-a vélekedik úgy, hogy a szolgáltató platformokon található fogyasztói értékelések és vélemények nem a valóságot tükrözik. A személyes adatokkal történő visszaélés, mint lehetséges hátrány minden tizedik felhasználóban felmerül (HU és RO egyaránt).



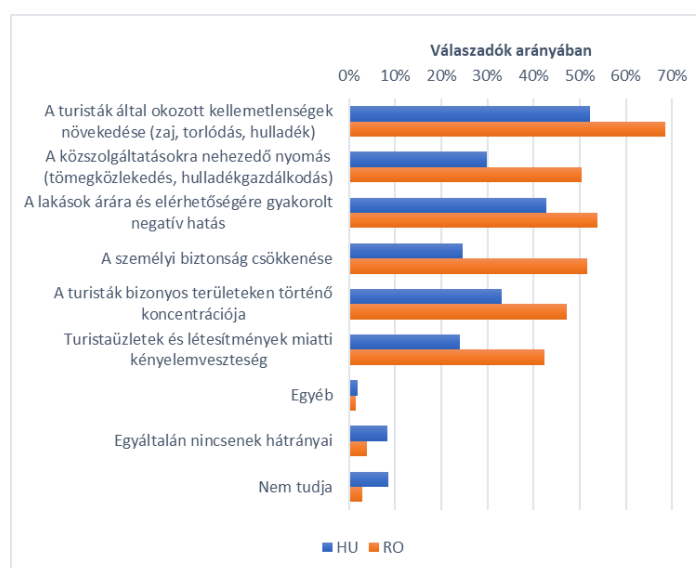
**12. ábra: A közösségi platformokon használatakor tapasztalt hátrányok**

*Forrás: Saját szerkesztés*

2018-ban a magyarországi válaszadók negyede azonban úgy vélekedik, hogy nincsenek jelentős problémák vagy hátrányok a közösségi platformok használata kapcsán. Ezzel szemben a romániai felhasználóknak alig 6%-a gondolkodik hasonlóképpen.

2021-ben, amikor már csak a szállásslátogatással kapcsolatos negatív tapasztalatokat mérték, teljesen új megközelítéssel vizsgálták a problémát, a válaszlehetőségek is teljes egészében kicserélődtek (13. ábra). A szállásslátogatást igénybe vevők egybehangzó véleménye alapján, a platform alapon kínált szállások a környék lakói számára lehet kellemetlen, mert megnövekszik a zaj, a hulladéktermelés, esetleg korábban nem tapasztalt torlódások alakulnak ki a megnövekedett turisztikai terhelés hatására. A magyarországiak közül minden második, a

romániaiak majd 70%-ának ez az első helyen kiemelt negatív tapasztalata. A platform alapon kínált szálláshelyek miatt a turisták által frekvenciált városrészekben megemelkednek az ingatlanárak és a bérleti díjak is egyaránt (HU=43%, RO=54%). A biztonságérzet is csökken ezen a környéken, erről számol be minden második romániai és minden negyedik magyarországi megkérdezett. A tömegközlekedésre és más közszolgáltatásokra is plusz terhet ró a megnövekedett turisztikai forgalom, véli minden harmadik magyarországi és minden második romániai válaszadó. E kérdés és a válaszarányok alapján, a romániaiak szerint hangsúlyosabbak a platform alapú szállásslátogatás negatív hatásai, a magyarországiak véleménye nem ennyire elhatároló.



**13. ábra: A platformalapú szállásslátogatás hátrányai**

*Forrás: Saját szerkesztés*

Homogenitás vizsgálatot végeztem a két ország között, feltételezve, hogy 2016, 2018 és 2021-ben, és a (16. táblázat) szerint indikált értékeket kaptam. 2016-ban a két ország válaszai között nincs szignifikáns különbség, a két ország homogén, mivel a p-érték nagyobb mint 0,05. 2018-ban és 2021-ben azonban már nem homogén a két ország, a válaszokban szignifikáns eltérés tapasztalható.

**16. táblázat: Homogenitásvizsgálat a platform alapon nyújtott szolgáltatások hátrányairól**

| Év   | Pearson $\chi^2$ | Szabadságfok | p-érték |
|------|------------------|--------------|---------|
| 2016 | 11,693           | 15           | 0,7021  |
| 2018 | 183,21           | 17           | 0,00    |
| 2021 | 490,56           | 17           | 0,00    |

*Forrás: Saját szerkesztés*

2018-ban az alábbi válaszlehetőségek esetében volt kimutatható szignifikáns eltérés a két ország válaszai alapján: bizalmatlanság az internetes platformok iránt, valamint a szolgáltatást nyújtók irányába, elvárásoknak nem megfelelő szolgáltatás, félrevezető értékelések és információk, továbbá az egyértelmű felelős hiánya problémás helyzetben (17. táblázat). A magyarországi válaszadók szignifikánsan ritkábban jelölték meg a fent említett problémákat, mint romániai társaik. Az eltérés oka lehet egyrészt, hogy a magyarországi fogyasztók kevesebb (pozitív és negatív irányú) tapasztalattal rendelkeznek a platform alapú szolgáltatásokkal kapcsolatban, valamint a tapasztaltabb fogyasztók tájékozottabbak, kevésbé érzik leküzdhetetlen problémának az esetleges vitás helyzeteket. Ezt támasztja alá az a vélemény is a magyarországi felhasználók részéről, hogy nem tapasztalnak jelentős problémák a platformok használata kapcsán. A magyarországi felhasználók szignifikánsan gyakrabban nyilatkoznak erről, mint a romániai felhasználók.

**17. táblázat: Szignifikánsan eltérő válaszok a platform alapon nyújtott szolgáltatások hátrányairól**

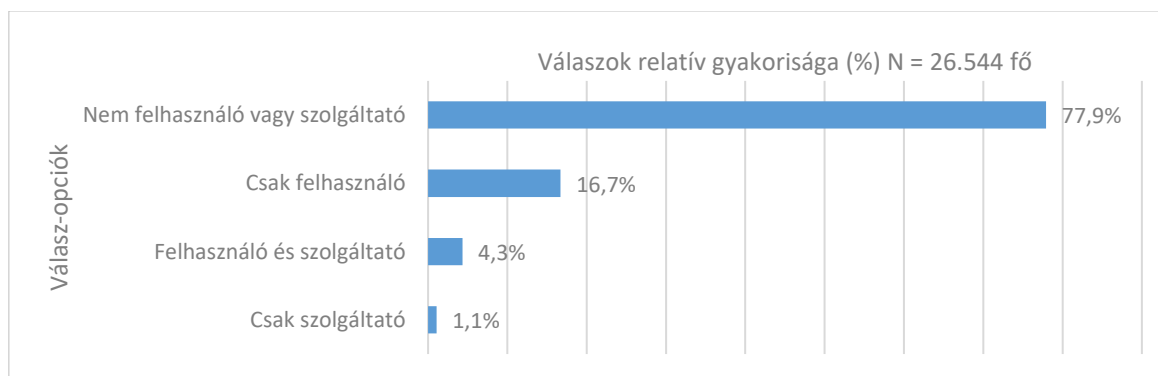
| Év   | Válaszlehetőség                                                                                   | Válaszok gyakorisága |     | Pearson maradék (abszolút értékben) |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----|-------------------------------------|
|      |                                                                                                   | HU                   | RO  |                                     |
| 2018 | Problémák az online foglalási folyamattal vagy a fizetéssel                                       | 25                   | 53  | 2...3,9                             |
|      | Kevesebb a bizalom az együttműködési platformokon keresztül kínált szolgáltatásokat felajánlóknak | 40                   | 60  |                                     |
|      | Az együttműködési platformokon keresztül kínált szolgáltatások nem felelnek meg az elvárásoknak   | 23                   | 55  |                                     |
|      | Félrevezető értékelések és vélemények a felhasználóktól                                           | 45                   | 76  |                                     |
|      | Nem egyértelmű, hogy ki a felelős probléma esetén                                                 | 65                   | 80  |                                     |
|      | Egyik sem, nincsenek jelentős problémák                                                           | 128                  | 30  | 4...4,5                             |
| 2021 | A turisták által okozott kellemetlenségek növekedése (zaj, torlódás, hulladék)                    | 525                  | 692 | 2...4                               |
|      | A közszolgáltatásokra nehezedő nyomás (tömegközlekedés, hulladékgazdálkodás)                      | 300                  | 510 | 4...7                               |
|      | A lakások árara és elérhetőségére gyakorolt negatív hatás                                         | 429                  | 543 | 2...4                               |
|      | A személyi biztonság csökkenése                                                                   | 247                  | 522 | 4...7                               |
|      | A turisták bizonyos területeken történő koncentrációja                                            | 332                  | 477 | 2...4                               |
|      | Turistaüzletek és -létesítmények miatti kényelemvesztés                                           | 241                  | 427 | 4...7                               |

Forrás: Saját szerkesztés

2021-ben is szignifikáns eltérés mutatott ki a két ország válaszait elemezve. Az megnövekedett környezeti terhelés, a lakások árának emelkedése és a turisták koncentrált jelenléte esetében szignifikáns az eltérés mértéke a homogén eloszlástól (17. táblázat). A Pearson maradék abszolút értéke (2...4) közötti értéket mutat. A közszolgáltatókra háruló többletmunka, a biztonság csökkenése és az állandó lakók által tapasztalt kényelemveszteség esetében az eltérés még hangsúlyosabb a két ország válaszadóinak véleménye alapján, a Pearson maradék abszolút értéke (4...7) közötti értékeket mutat. A szignifikancia elemzések alapján megállapítható, hogy a romániai válaszadók véleménye alapján a platform alapú szállásslolgáltatás negatív hatásai jelentősek, hiszen ők szignifikánsan gyakrabban jelöltek meg negatív hatásokat, mint a magyarországi szomszédjaik.

#### 4.2.2. Többváltozós adatelemzés: a Probit modell (2018-as kérdőív alapján)

Az Európai Unió 28 tagállamára kiterjesztett felmérésben 26.544 főt kérdeztek meg arról, hogy miként viszonyul a közösségi platformokhoz, hallott-e róluk, ismeri-e, használja-e azokat. A válaszadók nagy többsége, közel 80%, nem használja ezeket a platformokat és nem is kínál rajtuk keresztül szolgáltatást (14. ábra). Közel 17%-uk felhasználóként van jelen a platform alapú piaci modellben, míg a szolgáltatói oldalon ez az arány alig haladja meg az 1%-ot. A felhasználói és a szolgáltatói oldalon egyaránt jelenlévők aránya 4,3%-os.

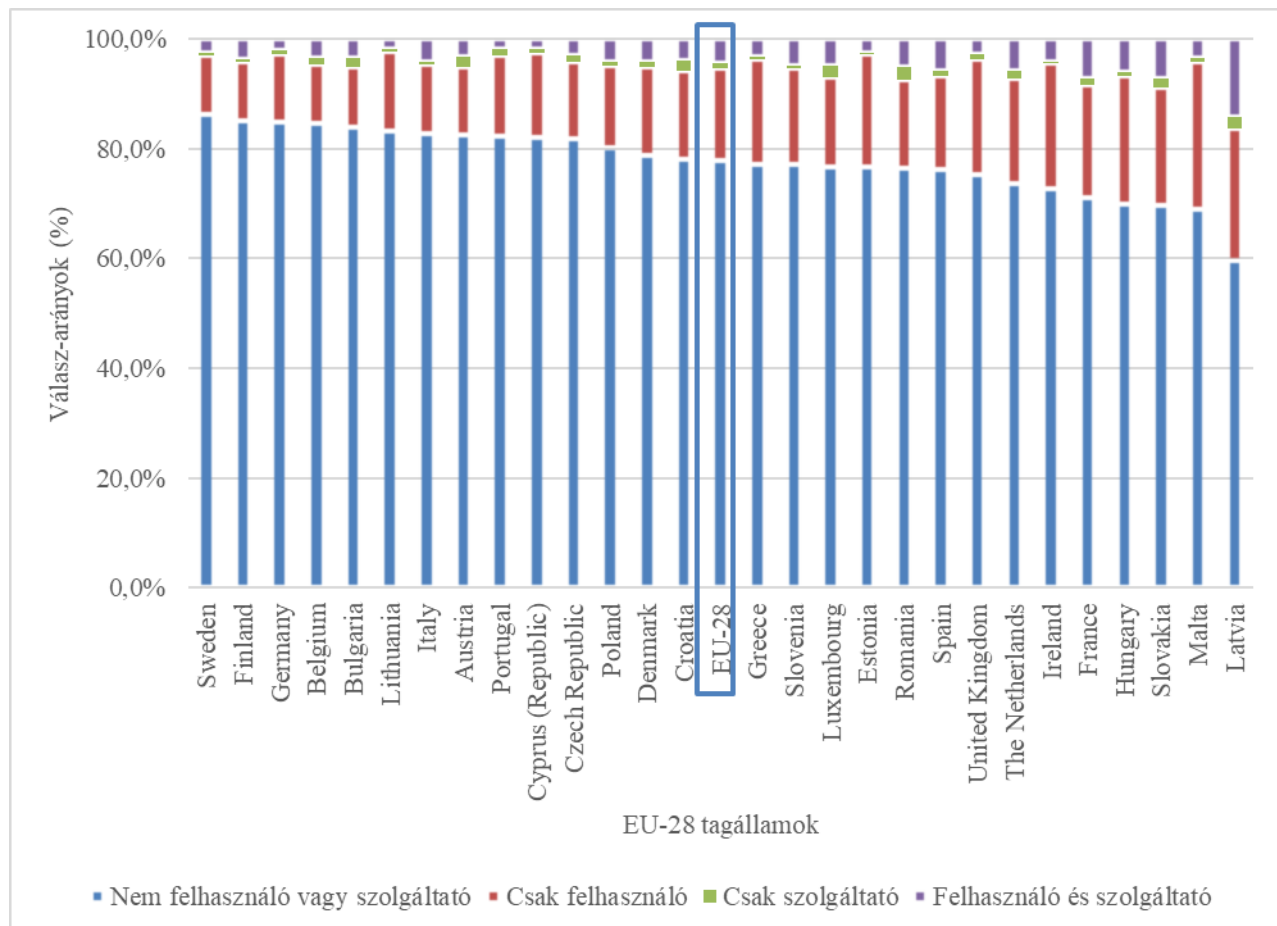


**14. ábra: A közösségi platformok fogyasztói és szolgáltatói oldala**

*Forrás: Saját szerkesztés*

A közösségi platformok fogyasztói és/vagy szolgáltatói tevékenységét tekintve országonkénti bontásban, elég egységes kép rajzolódik ki (15. ábra). A tagállamok zömében 75 % és 85 % között van azok aránya, akik sem felhasználói sem pedig szolgáltatói minőségben nem alkalmazzák a platform alapú gazdaságot. Csupán Lettország az, ahol ez az arány 60% alá szorul kissé, tehát a lettek több mint 40%-a jelen van a közösségi gazdaságban valamilyen formában, minőségben: közel 24%-uk felhasználó, 2,3%-uk szolgáltató és 14%-uk mindkét oldalon képviselteti magát. A felhasználók aránya minden országban 10% fölött van, 20%

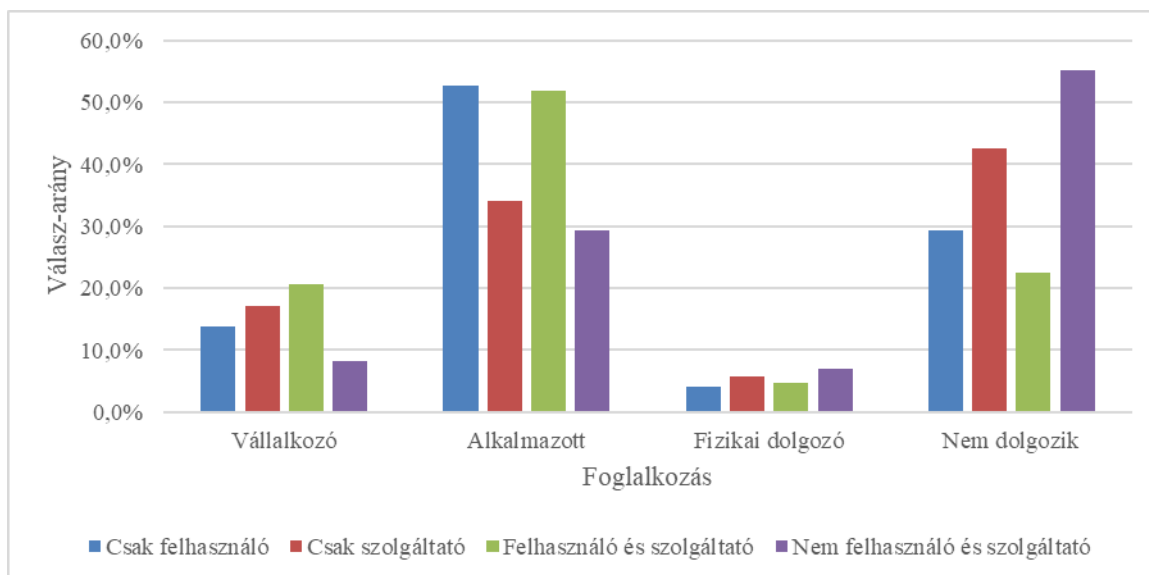
fölötti arányt Észtországban, Nagy Britanniában, Írországban, Franciaországban, Magyarországon, Szlovákiában és Máltán ér el, továbbá az előzőekben említett Lettországban. A tagállamok 50%-nál a szolgáltatók aránya nem éri el még az 1%-ot sem, az észtek esetében a legalacsonyabb (0,2%). A franciák és a szlovákok több mint 7%-a vesz részt a közösségi platformokon, mint szolgáltató és felhasználó egyaránt.



**15. ábra: A közösségi platformok fogyasztói és szolgáltatói arányai országokénti bontásban**

*Forrás: Saját szerkesztés*

A közösségi gazdaságban részt vevők aktív szereplői a hagyományosnak mondható gazdaságnak is. Az alkalmazotti státuszban szereplők több mint 50%-a felhasználó és szolgáltató is egyidőben, de 50% fölött van a „csak” a felhasználói oldalon jelenlevők aránya is (16. ábra). A nem dolgozók között 40% fölötti azok aránya, akik, mint szolgáltató jelennek meg a közösségi gazdaságban, és a felhasználói arány is közel 30%-os. A vállalkozók mérsékelt jelenléti arányt mutatnak (10-20%). A legkevésbé a fizikai dolgozók képviseltetik magukat a közösségi platformokon, arányuk alig éri el az 5%-ot a felhasználói vagy szolgáltatói oldal bármilyen kombinációjában.



**16. ábra: A közösségi platformok fogyasztói és szolgáltatói arányai a foglalkoztatás függvényében**

Forrás: Saját szerkesztés

#### **Platform alapú szolgáltatásnyújtási hajlandóság Magyarországon**

Az adatbázisban a függő változó a szolgáltatásnyújtási hajlandóság (igen/nem). Három független (magyarázó) változót alkalmaztam: kor, nem és foglalkoztatotti státusz. A kor változó folytonos. A nem változó két értéket vehet fel (Férfi-Nő), míg a foglalkoztatotti státusz változó esetében négy kategória adott (Vállalkozó, Alkalmazott, Fizikai dolgozó és Nem dolgozik). Az előbbi két változó kapcsán a referencia kategóriák a Férfiak és a Vállalkozó, a szignifikáns hatásokat ezekhez viszonyítottam. 2018-ban a platform alapon történő szolgáltatásnyújtási hajlandóság Magyarországon 6,8%-os volt.

**18. táblázat: Együtthatók táblázata szolgáltatásnyújtás, Magyarország**

| Együtthatók     | Érték     | Std. Hiba | z érték | Pr (> z ) |
|-----------------|-----------|-----------|---------|-----------|
| Tengelymetszet  | -0,699856 | 0,286810  | -2,440  | 0,0147*   |
| Kor             | -0,009277 | 0,004685  | -1,980  | 0,0477*   |
| Nő              | -0,018761 | 0,129904  | -0,144  | 0,8852    |
| Alkalmazott     | -0,093115 | 0,210661  | -0,442  | 0,6585    |
| Fizikai dolgozó | -0,750603 | 0,363255  | -2,066  | 0,0388*   |
| Nem dolgozik    | -0,597854 | 0,236324  | -2,530  | 0,0114*   |

Szignifikancia szint: \*\* Pr<0,05

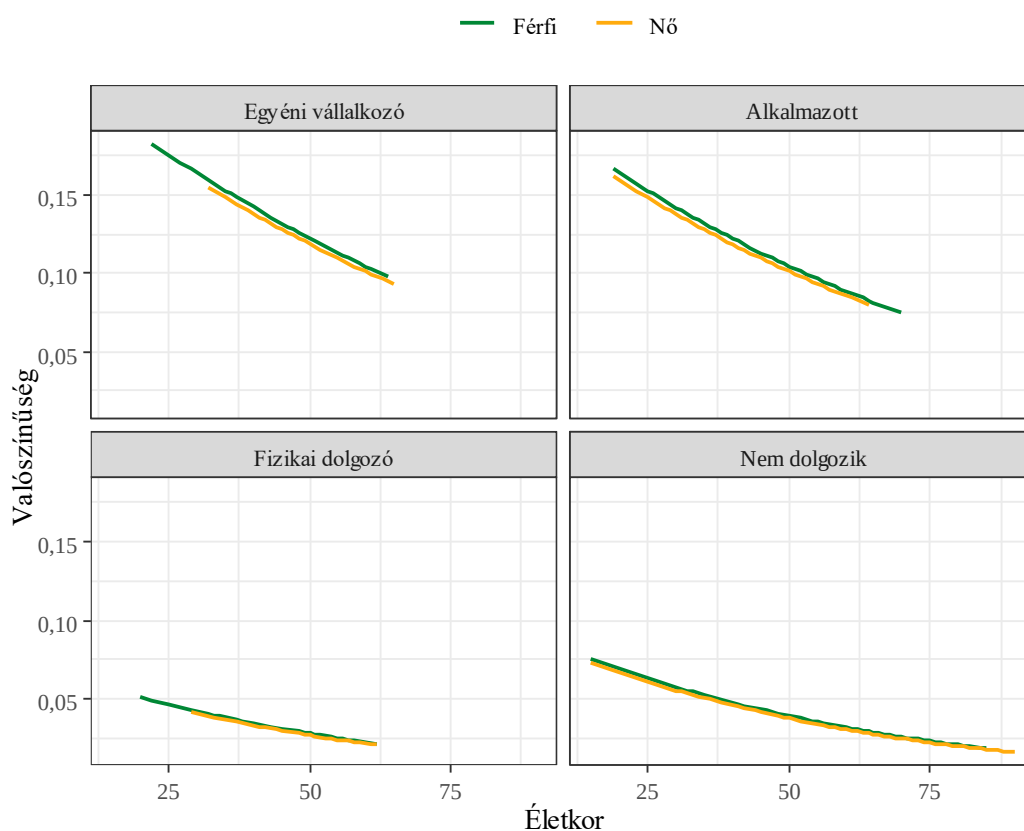
Forrás: Saját szerkesztés

Az együtthatók táblázata (18. táblázat) tartalmazza a modell együtthatóit (*Érték*), azok standard hibáit (*Std. Hiba*), a z-értékeket (*z érték*) és a kapcsolódó p-értékeket. A modell tengelymetszete szignifikáns, azonban ennek önmagában nincs értelme, hiszen ez egy illesztési paraméter. Az életkor szignifikáns és az együttható negatív, ami azt jelenti, hogy ahogy nő az életkor, egyre

kisebb a szolgáltatásnyújtási hajlandóság. A nők kategóriája nem szignifikáns a férfiakéhoz képest, tehát egyformán viselkednek. Az alkalmazotti státusszal rendelkezők sem különböznek az egyéni vállalkozóktól, a fizikai dolgozó és a nem dolgozó viszont szignifikánsan eltér. A negatív együttthatók azt jelzik, hogy a kor előrehaladtával csökken a hajlandóság. Ennek értelmében, ha a válaszadó fizikai dolgozó, szemben az egyéni vállalkozóval (referencia kategória), a z-érték 0,751-gyel csökken.

A Probit modell szignifikancia vizsgálatát a nullmodell és a végleges modell eltérésnégyzet-összeg különbsége alapján Khi-négyzettel végeztem. A próba alapján a modell szignifikáns volt.

A fenti adatok alapján megjósolhatóak a bemeneti adatokhoz tartozó valószínűségek, valamint azok standard hibáit. Ezeket új változókként tároljuk, az eredeti adatokkal együtt az adatkeretben, és így ábrázolhatjuk a különböző életkorra előre jelzett valószínűségeket. Négy ábra készül, minden egyes foglalkoztatotti státuszhoz (Vállalkozó, Alkalmazott, Fizikai dolgozó és Nem dolgozó) (17. ábra). A görbék színe azt jelzi, hogy a megjósolt valószínűségek mely nemre (Férfi/Nő) vonatkozik.



**17. ábra: Szolgáltatásnyújtási hajlandóság többváltozós elemzése, Magyarország**

*Forrás: Saját szerkesztés*

A két felső részára (Vállalkozó és Alkalmazott) között nincs szignifikáns különbség, mint ahogy a férfiak és nők esetében sem. Az életkor növekedésével a platformalapú szolgáltatásnyújtási hajlandóság valószínűsége csökken. Legmagasabb hajlandóság a Vállalkozók és az Alkalmazotti státuszban lévők esetében mutatható ki, és ennek mértéke 15-20% körüli. Az alsó két részán szemléltetett Fizikai dolgozó és Nem dolgozó esetében azonban szignifikáns eltérést mutatható ki az előző kettőhöz viszonyítva. A fiatal (16-25 év) fizikai dolgozók esetében is a hajlandóság alig éri el az 5%-ot, férfi és nő esetében nincs szignifikáns eltérés. A fiatal nem dolgozók körében a részvételi hajlandóság maximuma 7,5%, és csökken az életkor előrehaladtával.

### ***Platform alapú szolgáltatásnyújtási hajlandóság Romániában***

Az alkalmazott referenciakategóriák ugyanazok, mint Magyarország esetében, az együtthatók értékeit a (19. táblázat) tartalmazza. A platform alapon történő szolgáltatásnyújtási hajlandóság Romániában 7,4%-os volt, mely kevéssel ugyan, de meghaladta a magyarországi értéket.

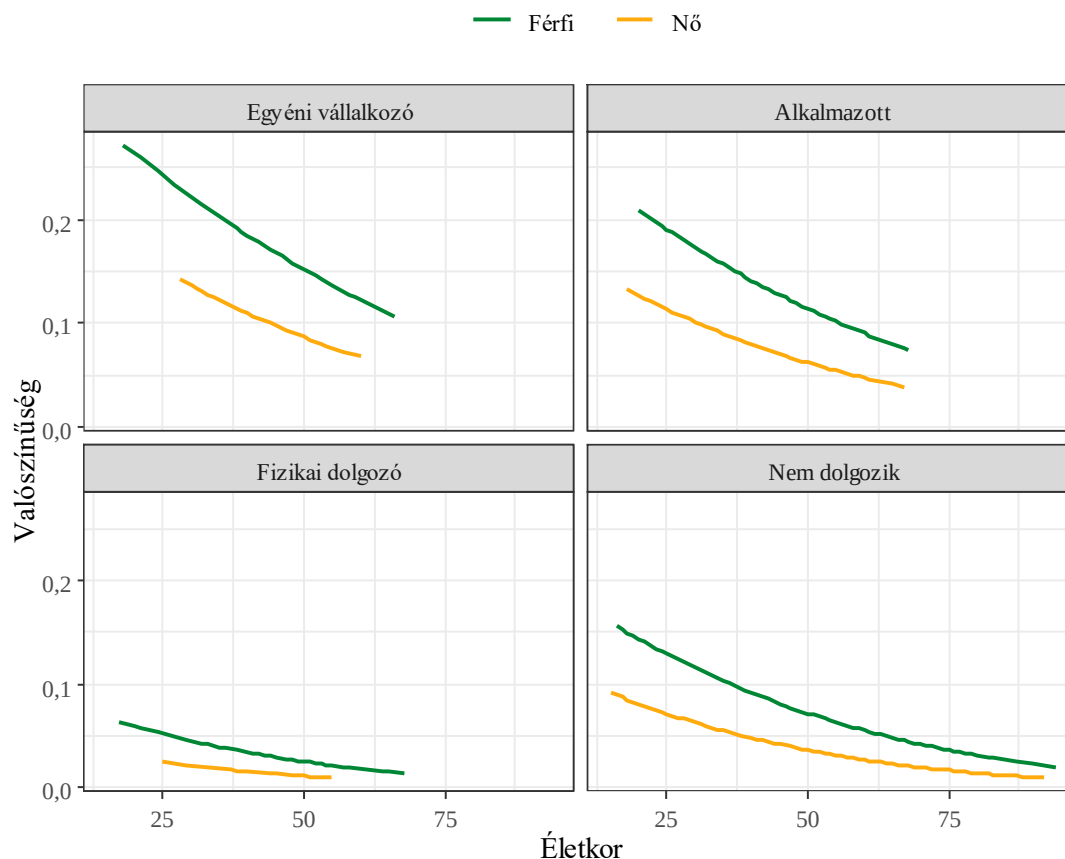
**19. táblázat: Együtthatók táblázata szolgáltatásnyújtás, Románia**

| <b>Együtthatók</b> | <b>Érték</b> | <b>Std. Hiba</b> | <b>z érték</b> | <b>Pr (&gt; z )</b> |
|--------------------|--------------|------------------|----------------|---------------------|
| Tengelymetszet     | -0,367124    | 0,255184         | -1,439         | 0,15025             |
| Kor                | -0,013244    | 0,004203         | -3,151         | 0,00163**           |
| Nő                 | -0,333182    | 0,127741         | -2,608         | 0,00910**           |
| Alkalmazott        | -0,177024    | 0,203840         | -0,868         | 0,38515             |
| Fizikai dolgozó    | -0,928875    | 0,356229         | -2,608         | 0,00912**           |
| Nem dolgozik       | -0,434127    | 0,213745         | -2,031         | 0,04225*            |

Szignifikancia szintek: \*\*\* Pr<0,01; \*\* Pr<0,05

*Forrás: Saját szerkesztés*

A romániai válaszadók véleményét alapul véve, a platformalapú szolgáltatásnyújtási hajlandóság összefügg az életkorral, releváns a nem, továbbá a foglalkoztatási forma. Ahogy nő a válaszadó életkora, a z-érték 0,013-mal csökken, tehát csökkenő a szolgáltatási hajlandóság. A férfi és a női válaszadók között is szignifikáns eltérés van, a férfiakhoz mérten (mint referenciacsoport) a nők szolgáltatásnyújtási hajlandósága kisebb, a z-érték 0,33-mal csökkenő. A vállalkozók és az alkalmazottak nem különböznek egymástól, azonban hasonlóan a magyarországi megfigyeléshez, ebben az esetben is a fizikai dolgozók és a nem dolgozók csoportjai szignifikáns eltérést mutatnak. A vállalkozóhoz mérten egy fizikai dolgozó esetében mértem a legnagyobb csökkenést, a z-érték 0,93-mal csökken.



**18. ábra: Szolgáltatásnyújtási hajlandóság többváltozós elemzése, Románia**

*Forrás: Saját szerkesztés*

Az vállalkozó és az alkalmazott szolgáltatásnyújtási hajlandósága nem tér el szignifikánsan egymástól (18. ábra). Férfiak esetében ennek legmagasabb valószínűsége 20% fölötti, a nők esetében valamivel alacsonyabb, 15% körüli a legnagyobb érték. Ezek a legmagasabb valószínűségek a fiatal életkorban jellemzőek (16-25 év), ezt követően csökkenő tendencia figyelhető meg.

A fizikai dolgozók csoportja szignifikáns eltérést mutat a többi foglalkoztatotti státuszban levőtől. A szolgáltatásnyújtási hajlandóság, csakúgy, mint a magyarországiaknál, itt a legalacsonyabb, 5-10% közötti valószínűséget mutat a fiatal férfiak esetében, a fiatal nők hajlandósága pedig még ennél is alacsonyabb, 0-5% közötti. A nem dolgozók csoportja is eltérően viselkedik a többi csoporthoz viszonyítva. A fiatal férfi nem dolgozók hajlandósága 15%, a nők esetében ez ismételt alacsonyabb, 5-10% közötti.

Összegezve a fentieket, megállapítható, hogy a romániai fiatal egyéni vállalkozó és alkalmazotti státuszban lévő férfi esetében a legnagyobb annak a valószínűsége (15-25%), hogy részt vesz a platform alapú gazdaságban, mint szolgáltatásnyújtó. Az előbbi két foglalkoztatotti

csoport fiatal női válaszadóit vizsgálva, a részvételi hajlandóság valamelyes mérsékeltabb a férfiak csoportjához viszonyítva, de még így is magasabb, mint a fizikai dolgozó, illetve a nem dolgozó fiatal férfiak esetében.

### ***A platform alapú szolgáltatások igénybevételének hajlandósága Magyarországon***

Az adatbázisban a függő változó a szolgáltatásnyújtási hajlandóság (igen/nem). Három független (magyarázó) változót alkalmaztam: kor, nem és foglalkoztatotti státusz. A kor változó folytonos. A nem változó két értéket vehet fel (Férfi-Nő), míg a foglalkoztatotti státusz változó esetében négy kategória adott (Vállalkozó, Alkalmazott, Fizikai dolgozó és Nem dolgozik). Az előbbi két változó kapcsán a referencia kategóriák a Férfiak és a Vállalkozó, a szignifikáns hatásokat ezekhez fogom viszonyítani. 2018-ban a platform alapon kínált szolgáltatások igénybevételének hajlandósága Magyarországon 30%-os volt, jóval a szolgáltatásnyújtási hajlandóság felett (kereslet-elv vezérelt jelleg).

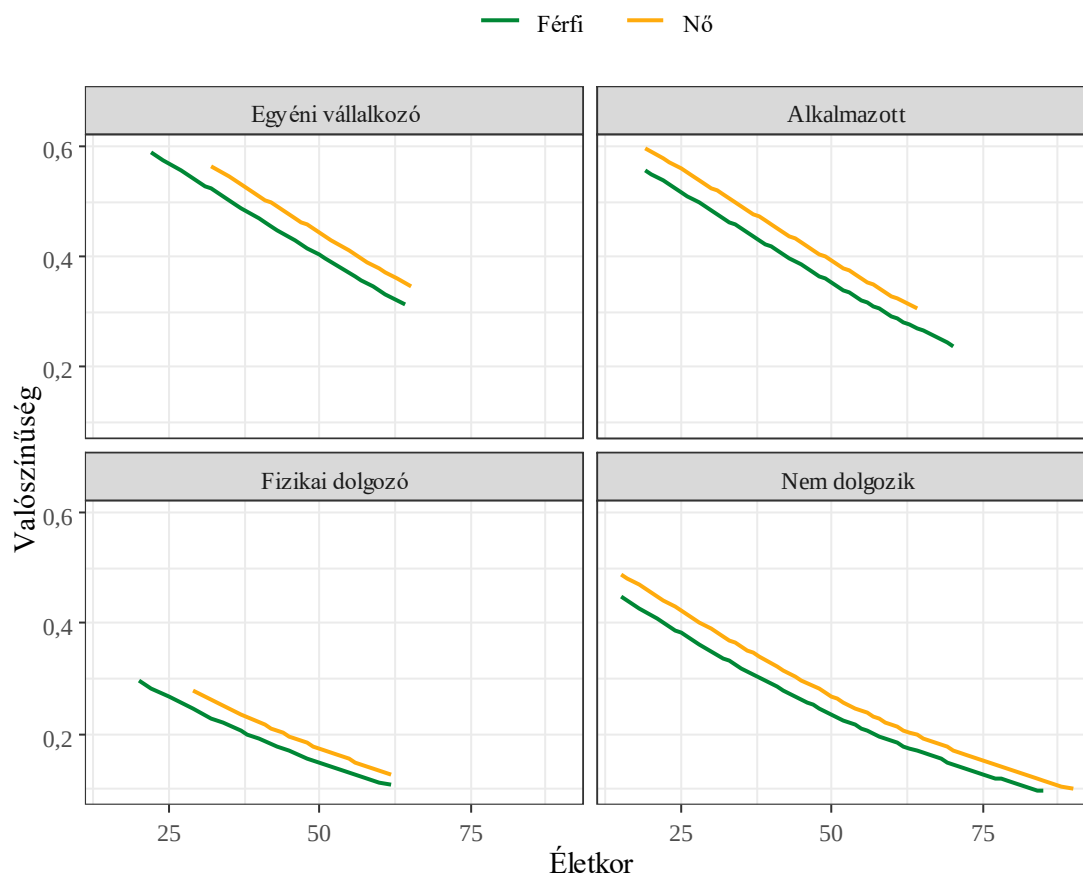
**20. táblázat: Együtthatók táblázata szolgáltatások igénybevétele, Magyarország**

| Együtthatók     | Érték     | Std. Hiba | z érték | Pr (> z )                  |
|-----------------|-----------|-----------|---------|----------------------------|
| Tengelymetszet  | 0,594123  | 0,211389  | 2,811   | 0,004945**                 |
| Kor             | -0,016800 | 0,003165  | -5,308  | 1,11*10 <sup>-07</sup> *** |
| Nő              | 0,104676  | 0,090507  | 1,157   | 0,247258                   |
| Alkalmazott     | -0,131158 | 0,166309  | -0,789  | 0,430321                   |
| Fizikai dolgozó | -0,798040 | 0,236469  | -3,375  | 0,000739***                |
| Nem dolgozik    | -0,474677 | 0,174796  | -2,716  | 0,006616**                 |

Szignifikancia szintek: '\*\*\*' Pr<0,001; '\*\*' Pr<0,01

*Forrás: Saját szerkesztés*

Az együtthatók táblázata értelmében (20. táblázat) a modell tengelymetszete szignifikáns, azonban ennek önmagában nincs értelme, hiszen ez egy illesztési paraméter. Az életkor szignifikáns, ami azt jelenti, hogy ahogy nő az életkor, egyre kisebb az igénybevételi hajlandóság. A nők kategóriája nem szignifikáns a férfiakéhoz képest, tehát egyformán viselkednek. Az alkalmazotti státusszal rendelkezők sem különböznek a vállalkozóktól, a fizikai dolgozó és a nem dolgozó viszont szignifikánsan eltér. A negatív együtthatók azt jelzik, hogy csökkenő az igénybevételi hajlandóság. Ennek értelmében, ha a válaszadó fizikai dolgozó, szemben a vállalkozóval (referencia kategória), a z-érték 0,798-cal csökken.



**19. ábra: Szolgáltatások igénybevételi hajlandóságának többváltozós elemzése, Magyarország**

*Forrás: Saját szerkesztés*

A vállalkozó és az alkalmazott platformon nyújtott szolgáltatások igénybevételi hajlandósága nem tér el szignifikánsan egymástól (19. ábra). Férfiak esetében ennek legmagasabb valószínűsége 50-60% közötti, és hasonlóan alakul a nők esetében is. Ezek a legmagasabb valószínűségek a fiatal életkorban jellemzőek (16-25 év), ezt követően csökkenő tendencia figyelhető meg. A fizikai dolgozók csoportja szignifikáns eltérést mutat a többi foglalkoztatotti státuszban lévőtől. Az igénybevételi hajlandóság itt a legalacsonyabb, 20-30% közötti valószínűséget mutat a fiatal férfiak és nők esetében, tekintve, hogy a nemenkénti eltérés nem szignifikáns. A nem dolgozók csoportja is eltérően viselkedik a többi csoporthoz viszonyítva, az igénybevételi hajlandósága 50%-nál kezdődik a fiatalok körében, és ez meredeken csökken az idősebbeknél.

Összegezve a fentieket, megállapítható, hogy a magyarországi fiatal vállalkozó és alkalmazotti státuszban lévők esetében a legnagyobb annak a valószínűsége (50-60%), hogy részt vesz a platform alapú gazdaságban, mint szolgáltatásokat használók.

### A platform alapú szolgáltatások igénybevételének hajlandósága Romániában

Az alkalmazott referenciakategóriák ugyanazok, mint Magyarország esetében, az együttthatók értékeit a (21. táblázat) tartalmazza. A platform alapú szolgáltatások igénybevételi hajlandóság Romániában 21%-os volt, mely egyharmaddal kisebb a Magyarországon mért értéknél.

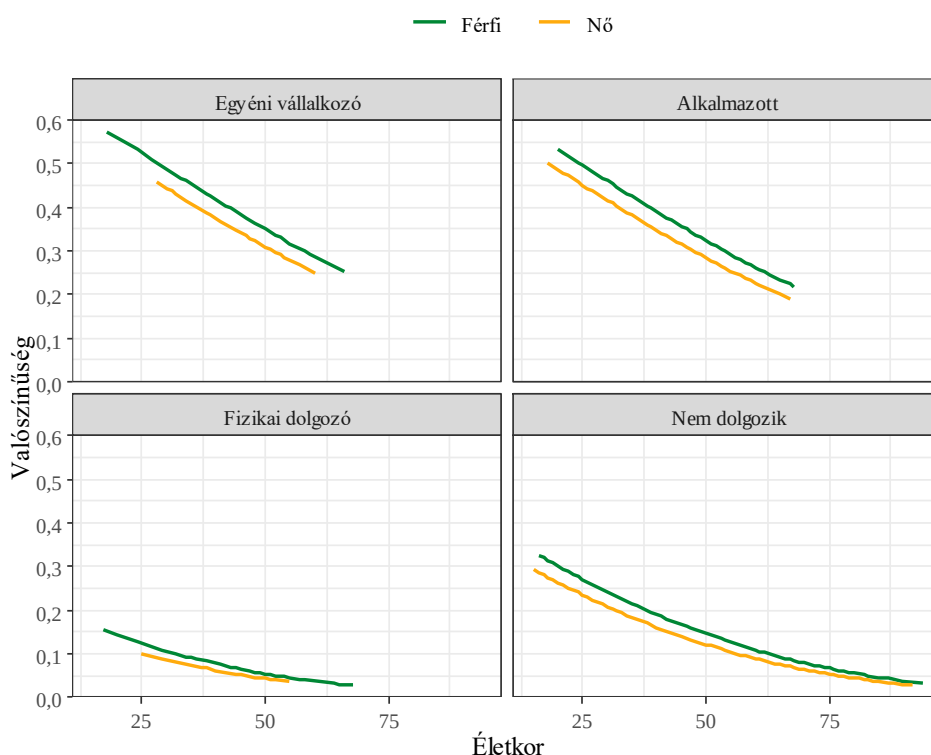
**21. táblázat: Együttthatók táblázata szolgáltatások igénybevétele, Románia**

| Együttthatók    | Érték     | Std. Hiba | z érték | Pr (> z )                  |
|-----------------|-----------|-----------|---------|----------------------------|
| Tengelymetszet  | 0,507775  | 0,205942  | 2,466   | 0,013678*                  |
| Kor             | -0,017877 | 0,003225  | -5,544  | 2,96*10 <sup>-08</sup> *** |
| Nő              | -0,113107 | 0,097161  | -1,164  | 0,244374                   |
| Alkalmazott     | -0,072470 | 0,165928  | -0,437  | 0,662288                   |
| Fizikai dolgozó | -1,221985 | 0,273104  | -4,474  | 7,66*10 <sup>-06</sup> *** |
| Nem dolgozik    | -0,671573 | 0,172681  | -3,889  | 0,000101***                |

Szignifikancia szintek: '\*\*\*' Pr<0,001; '\*\*' Pr<0,05

*Forrás: Saját szerkesztés*

Az életkor szignifikáns, ami azt jelenti, hogy ahogy nő az életkor, egyre kisebb a platformokon kínált szolgáltatások igénybevételi hajlandósága. A nők kategóriája nem szignifikáns a férfiakéhoz képest, tehát egyformán viselkednek. Az alkalmazotti státusszal rendelkezők sem különböznek a vállalkozóktól, a fizikai dolgozó és a nem dolgozó viszont szignifikánsan eltér. A negatív együttthatók azt jelzik, hogy csökken a hajlandóság. Ennek értelmében, ha a válaszadó fizikai dolgozó, szemben a vállalkozóval (referencia kategória), a z-érték 1,22-vel csökken.



**20. ábra: Szolgáltatások igénybevételi hajlandóságának többváltozós elemzése, Románia**

*Forrás: Saját szerkesztés*

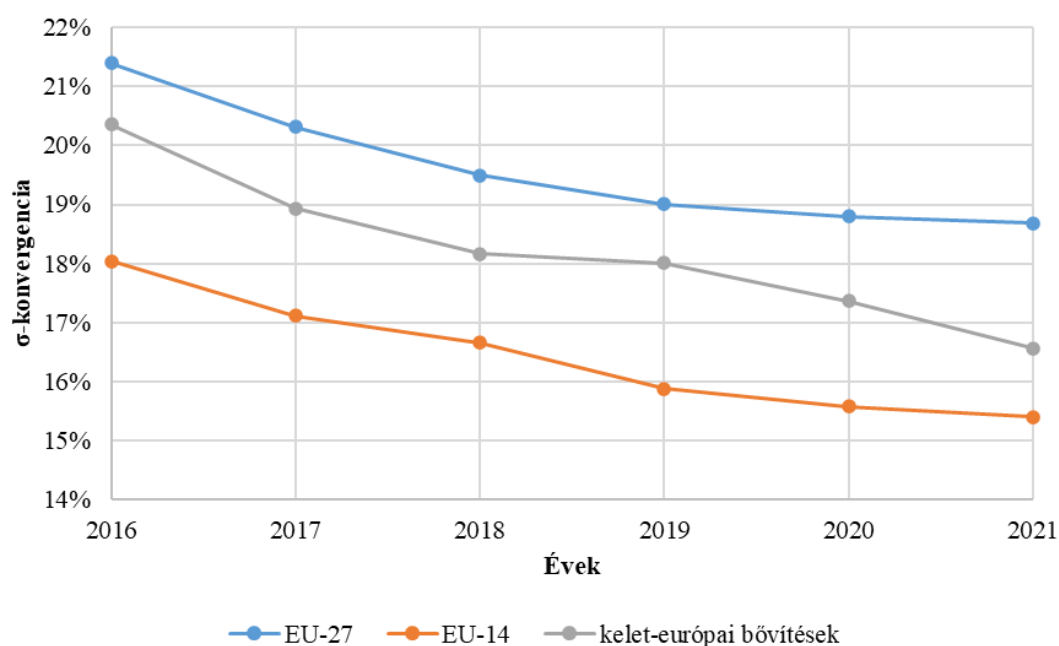
A két felső részára (Vállalkozó és Alkalmazott) között nincs szignifikáns különbség, mint ahogy a férfiak és nők esetében sem (20. ábra). Az életkor növekedésével a platformalapú szolgáltatások igénybevételének valószínűsége csökken. Legmagasabb valószínűség a vállalkozók és az alkalmazotti státuszúak esetében mutatható ki, melynek mértéke 45-60% körüli. Az alsó két részán ábrázolt Fizikai dolgozó és Nem dolgozó estében azonban szignifikáns eltérést mutat az előző kettőhöz viszonyítva. A fiatal (16-25 év) fizikai dolgozók esetében is a hajlandóság alig éri el az 10-15%-ot, férfi és nő esetében nincs szignifikáns eltérés. A fiatal nem dolgozók körében az igénybevételi hajlandóság maximuma 30% körüli, és csökken az életkor előrehaladtával.

Összegezve a fentieket, megállapítható, hogy a romániai fiatal vállalkozó és alkalmazotti státuszban lévők esetében a legnagyobb annak a valószínűsége (45-60%), hogy részt vesz a platform alapú gazdaságban, mint szolgáltatásokat használók.

### **4.3. A digitális technológiák integráltsága az Európai Unióban**

#### **4.3.1. A DESI-index $\sigma$ -konvergenciája**

A DESI index 2014 óta követi nyomon az Európai Unió tagállamainak digitális előrehaladását. A  $\sigma$ -konvergencia segítségével arra kerestem a választ, hogy a DESI teljes mutató adatainak relatív szórásából, 2016-2021 közötti időszakban, kimutatható-e az EU-27 tagállamainak az összetartása. A  $\sigma$ -konvergencia számítások elvégzéséhez szükséges adatokat a DESI adatbázis (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2021a) tartalmazza. A  $\sigma$ -konvergenciát három egységben elemeztem: elsőként az EU-27 egészét, majd az EU-14 országai végül pedig a 2004-ben és azt követően csatlakozott államok csoportját (21. ábra). 2016 – 2021 közötti időszakban a tagállamok összetartása látszik, mind a három vizsgálati egységben, azonban az összetartás üteme eltérő. 2016-2019 közötti időszakban a konvergencia mértéke magasabb, csoportonként évi 1% és 2% közötti. Ezt követően 1% alá csökken, így például az EU-14 csoportban alig érzékelhető az összetartás, a tagállamok digitális közeledése.



**21. ábra: A DESI index  $\sigma$ -konvergenciája**

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS, BITTNER, HUZSVAI, és NABRADI, 2022) alapján*

A fejlődés átlagos üteme eltérő az EU tagállamaiban, 5,16% és 9,65% között mozog. A legnagyobb ütemben Görögország fejlődött, míg az ellenkező oldalon Lettország áll. A kelet európai bővítések során csatlakozott államok közül Lengyelország mutatja a legnagyobb fejlődési átlagot (9,34%), míg az EU-14 tagállamok közül Luxemburg (5,98%) a sereghajtó a fejlődés terén. Nem szabad azonban ebből elhamarkodott következtetéseket levonni, hiszen az egyes tagállamok fejlettségi szintje is eltérő volt  $t_0$  (2016) időpontban.

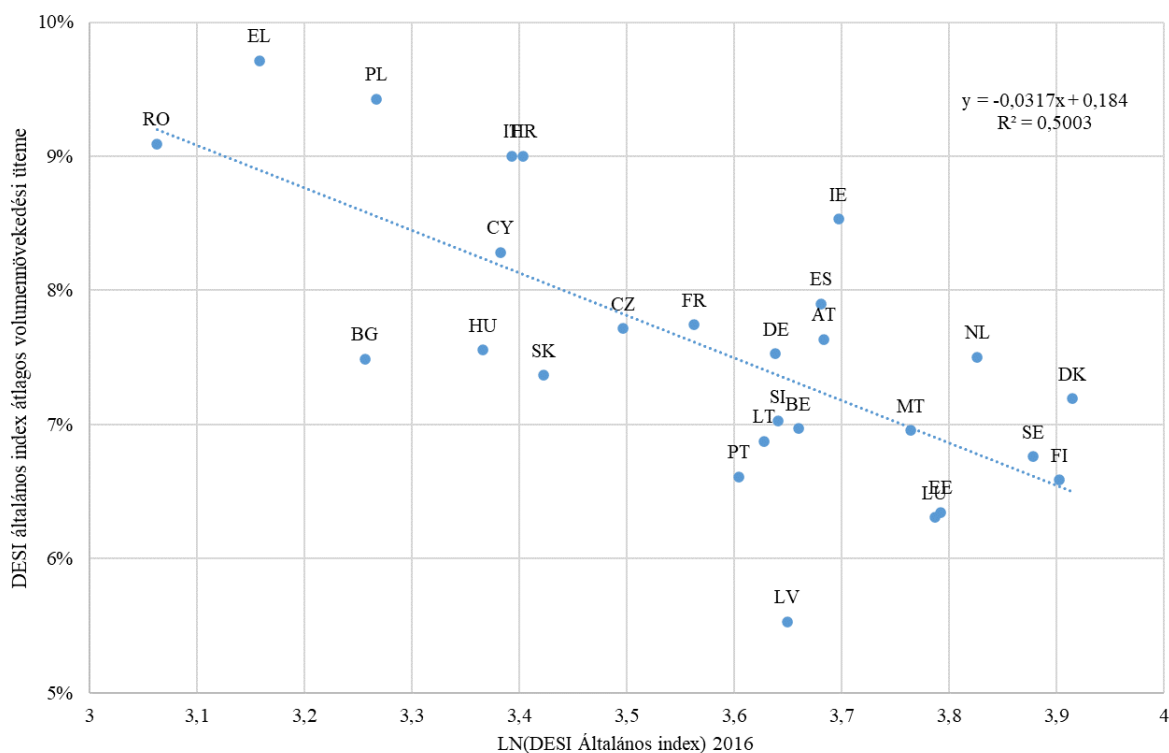
#### 4.3.2. A DESI-index $\beta$ -konvergenciája

2016-2021 közötti időszakban az EU tagországokban  $\beta$ -konvergencia, azaz a kezdeti fejlettségi szintek, valamint a DESI index átlagos volumennövekedési üteme közötti negatív összefüggés jellemezte ((22. táblázat) és (22. ábra)). Az összefüggés elég szorosnak mondható ( $R^2 = 0,5$ ), és az ábrán feltüntetett regressziós egyenletből – a kezdeti fejlettség  $-0,0317$ -es koefficiense alapján – az is kiolvasható, hogy az EU egészét tekintve, évi átlagban 3,45%-os volt a fejlettségi rés zsugorodásának mértéke. A regressziós együttható szignifikánsnak tekinthető, hiszen a  $p$ -érték ( $3,69 \cdot 10^{-5}$ ) kisebb, mint  $\alpha$  (0,05).

**22. táblázat: A DESI index OLS regressziós számítása**

| Megfigyelések | $R^2$  | Konstans | $\beta$ | $\theta$ | t-érték | p-érték  |
|---------------|--------|----------|---------|----------|---------|----------|
| 27            | 0,5003 | 0,184    | -0,0317 | 3,45%    | -5,0032 | 3,69E-05 |

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*



**22. ábra: A DESI index  $\beta$ -konvergenciája (2016-2021)**

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*

Ennek alapján meghatározható a felzárkózás felezési ideje, tehát, hogy hány évre lenne szükség a régió belüli teljes felzárkózás irányába tartó út felének a megtételéhez, ha a konvergencia üteme nem változna. A 3,45%-os konstans felzárkózási ütemhez megközelítőleg 20 év felezési idő tartozik. A  $\beta$ -konvergencia számítások elvégzéséhez szükséges adatokat a DESI-adatbázis (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2021a) tartalmazza.

A  $\beta$ -konvergencia alapvető feltevése, hogy az indikátor növekedési rátája nagyobb azokban az országokban, amelyeket eleve alacsonyabb érték jellemzett (pl. Görögország, Lengyelország, Románia, Olaszország, Horvátország), és kisebb lesz ott, ahol a kiindulási érték magasabb volt (pl. Dánia, Észtország, Finnország, Svédország). Jelen esetben ez azt eredményezte, hogy a DESI index szempontjából kevésbé fejlett országok felzárkóznak a jobban teljesítőkhez. Az EU-hoz a kelet európai bővítések során csatlakozott országait tekintve a vizsgált időszakban a regressziós vonal alatt helyezkedik el az országok döntő többsége. Csupán Ciprus, Horvátország, Málta és Lengyelország található a regressziós vonal felett, ami arra utal, hogy az itt felsorolt négy tagállamnak sikerült csak felülteljesítenie azokhoz a felzárkózási lehetőségekhez képest, amely kezdeti lemaradásukból adódott. Kiemelendő Írország DESI átlagos index volumennövekedési ütemének felülteljesítése (a regressziós vonaltól mért távolság, vagyis az egyenlet Írországra vonatkozó maradéktagja) 1,3%. Bulgária és Lettország

azonban igencsak alulteljesített a felzárkózási lehetőségekhez viszonyítva a vizsgált időszakban. A DESI átlagos index volumennövekedési ütemének így értelmezett elmaradása Bulgária esetében a közel 1,1%, Lettországé pedig több mint 1,8%.

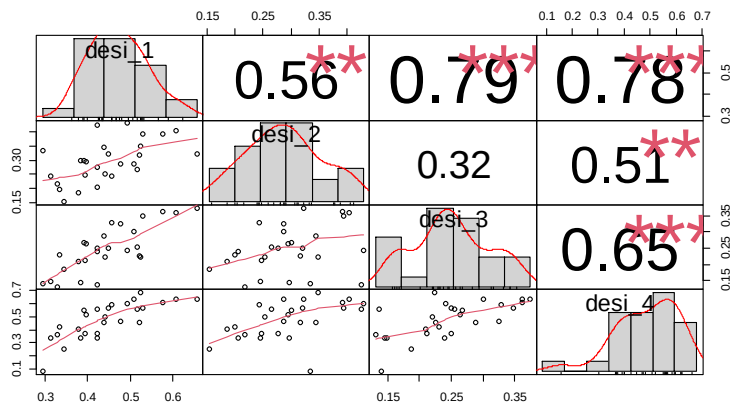
A 2020-as év több szempontból is kihívásokkal teli volt. A Covid-19 következtében egy sor korlátozó intézkedés látott napvilágot, amely elsősorban a személyes találkozások csökkentését írta elő. Ennek hatására még inkább aktuálissá vált a digitalizációs folyamatok társadalmi és gazdasági szinten történő integrálása, valamint a folyamatok felgyorsítása. Összehasonlítva a DESI átlagos index 2019-ben és 2020-ban mért értékeit, a legnagyobb fejlődést százalékpontban kifejezve Dánia (+8,28), Ausztria (+6,65), Hollandia (+6,26) és Írország (+6,2) érte el. Az ellenkező oldalon található Lettország, Litvánia, Bulgária és Lengyelország, ahol a növekedés abszolút mértéke kevesebb, mint 2,5%. Megvizsgálva a DESI általános indexek átlagos növekedési ütemét 2016-2021 közötti időszakban megállapítottam, hogy ennek mértéke 6,98%. 2019 és 2020 viszonylatában – vagyis a Covid pandémia első két hullámának hatása alatt – a növekedés mértéke közel 9% volt. Nem fetisizálva csupán a pandémia hatását, viszont nagyon is szembeötlő az a tény, hogy az előző évek átlagához képest egy év alatt 25%-os növekedés volt tapasztalható a DESI átlagos index esetében. A változás számottevő, ugyanakkor még további vizsgálatok szükségesek a Covid hatásának statisztikai igazolásához.

#### **4.3.3. Korrelációs mátrix**

Korrelációs vizsgálat segítségével azt vizsgáltam meg, hogy a DESI index négy főindikátora mennyire függ össze egymással. A korrelációs vizsgálatot elvégeztem  $t_0$ -ban (2016) (23. ábra), valamint megismételtem a 2021-ben közzétett adatokkal is (24. ábra). A korrelációs mátrix főátló feletti része a korrelációs együtthatók értékeit mutatja, valamint jelöli a szignifikancia szinteket (\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$ ). Az átlóban az adott változó eloszlását látható, az átló alatt részben a változópárok közötti kapcsolat jellegét mutatja, melyről feltételeztem, hogy lineáris, hiszen a korrelációs együttható csak ekkor jellemző.

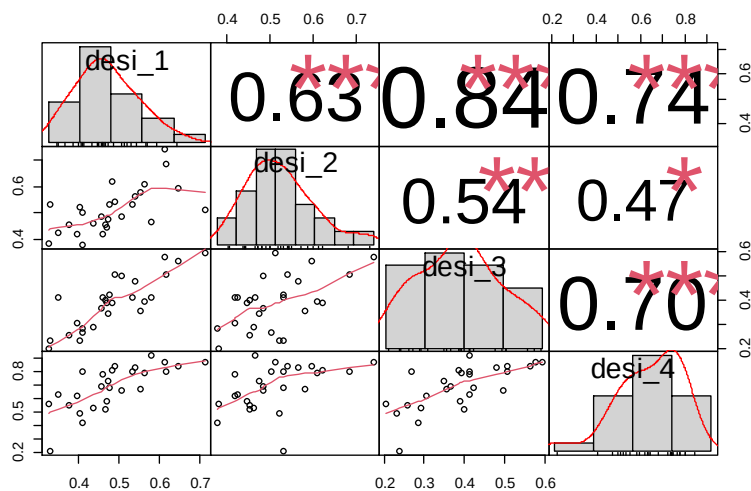
A korrelációs együtthatók zömmel szignifikánsak, a változók között páronként pozitív irányú, a közepes és erősebb kapcsolat áll fenn, tehát a DESI index négy főindikátora egymással szorosan összefügg. Nem korrelál egymással az Internet-hozzáférés(*desi\_2*) és a Digitális technológiák integráltsága(*desi\_3*)  $t_0$ -ban. Ennek magyarázata lehet, hogy a digitális technológia vállalati szinten történő integrálása inkább a vállalatvezetés szemléletmódjától függ, és kevésbé a hálózati összekapcsoltság mértékétől. Az EU-ban a KKV-szektor tevékenysége jelentős: több mint 22,8 millió bejegyzett vállalkozás, amely 99%-át jelenti az EU területén működő vállalkozásoknak, 84 millió európai embert foglalkoztat és az EU GDP-

jének 50%-át szolgáltatja (CLARK, 2021). A KKV szektor azonban nem igazán használja ki digitális technológiák adta lehetőségeket, egyrészt a szemléletmódjából fakadóan, másrészt pedig a szűkös finanszírozási lehetőségei miatt.



**23. ábra: Pearson-féle korrelációs együtthatók, a változók eloszlása és összefüggései (2016)**

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*



**24. ábra: Pearson-féle korrelációs együtthatók, a változók eloszlása és összefüggései (2021)**

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*

Egyenként vizsgálva a változópaárok közötti korrelációkat, 2021-ben enyhén csökkent a korrelációs együtthatók mértéke a desi\_1 és desi\_4 között, valamint a desi\_2 és desi\_4 között. Ez utóbbi esetben a szignifikancia szint is csökkent. Ez arra enged következtetni, hogy a digitális infrastruktúra nagyobb léptékben fejlődik, mint a digitális közszolgáltatások. Jócskán emelkedett a korrelációs kapcsolat erőssége a digitális technológia integráltságával (desi\_3)

összefüggő változópaárok esetében, így az emberi tőkével (desi\_1) (0,79\*\*\* ->0,84\*\*\*) valamint a digitális közszolgáltatásokkal (desi\_4) (0,65\*\*\* ->0,70\*\*\*) való összefüggések esetében. Ugyancsak növekedett a korrelációs együtttható mértéke a desi\_1 és desi\_2 között (0,56\*\* ->0,63\*\*\*), továbbá a szignifikancia szint is növekedett.

#### 4.3.4. Főkomponens analízis (PCA)

A főkomponens-analízis elvégzésének feltétele, hogy a változók csoportosan korreláljanak egymással, valamint a Pearson-féle korrelációs együttthatóknak jelentősen magasabbnak kell lenniük, mint a parciális kapcsolat mérőszámai. Ennek igazolására Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) tesztet végeztem 2016-ban és 2021-ben (23. táblázat). A próba a Pearson-féle korrelációs koefficiensek négyzetösszegét viszonyítja a parciális korrelációs együttthatók négyzetösszegéhez. Az így meghatározott mutató az MSA (mintavétel megfelelése), ahol a próba kritikus értéke 0,5. Az elvégzett tesztek azt igazolták, hogy az adatok alkalmasak a PCA analízis elvégzésére, mivel a globális, valamint az egyedi értékek is 0,5 felett vannak.

**23. táblázat: Kaiser-Meyer-Olkin teszt a DESI index főindikátorain  
2016-ban és 2021-ben**

| <b>KMO - 2016</b><br>Kaiser-Meyer-Olkin tényező<br>megfeleléség | <b>KMO - 2021</b><br>Kaiser-Meyer-Olkin tényező<br>megfeleléség |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Call: KMO (r = data)                                            | Call: KMO (r = data)                                            |
| Overall MSA = 0,73                                              | Overall MSA = 0,8                                               |
| MSA for each item =                                             | MSA for each item =                                             |
| desi_1 desi_2 desi_3 desi_4<br>0,68 0,74 0,71 0,83              | desi_1 desi_2 desi_3 desi_4<br>0,73 0,88 0,78 0,88              |

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*

A főkomponens analízis lényege, hogy azonosítsam azokat a változókat vagy komponenseket, amelyek a számomra releváns információkat hordozzák. Ebben az esetben a releváns, értékes információkat az adatok közti variancia, az átlagostól való eltérések jelentik. Ezáltal a rendelkezésre álló adatokat oly módon tudom szűkíteni, amely a teljes variancia minél nagyobb százalékát tartalmazza. Az adatokat a DESI fő indikátorai helyett főkomponensek (PC) mentén vizsgáltam. Ezek a főkomponensek olyan irányok a jelenlegi négydimenziós térben, amelyek megadják, hogy az adatoknak melyik irányban nagyobb a varianciája. Az első főkomponens (PC1) azt az irányt adja meg, amelyben a legnagyobb a vizsgált adatok varianciája. A második főkomponens (PC2) az első főkomponensre (PC1) merőleges irány, amerre az adatok varianciája a második legnagyobb. A vizsgálat eredményeit 2016-ra és 2021-re a (24. táblázat) és (25. táblázat) tartalmazza.

2021-re még inkább egydimenzióssá vált az összefüggésrendszer. Az első főkomponens magyarázó ereje 70,9%-ról 74,4%-ra növekedett. A második főkomponens viszont csökkent. Ez természetes, hiszen a négy komponens összege 100%-t ad. A két főkomponens mindkét évben gyakorlatilag azonos hányadát magyarázza az összefüggésrendszernek (88,5%). Csupán némi átrendeződés van a két dimenzió között.

**24. táblázat: Sajátérték és variancia arányok**

|      | 2016                     |           |                       |       | 2021                     |           |                       |
|------|--------------------------|-----------|-----------------------|-------|--------------------------|-----------|-----------------------|
|      | Sajátérték ( $\lambda$ ) | Variancia | Összesített variancia |       | Sajátérték ( $\lambda$ ) | Variancia | Összesített variancia |
| Dim1 | 2,836046                 | 70,901171 | 70,901171             | Dim.1 | 2,9757839                | 74,394597 | 74,394597             |
| Dim2 | 0,740158                 | 17,600395 | 88,50157              | Dim.2 | 0,5673334                | 14,183336 | 88,57793              |

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*

**25. táblázat: A főindikátor változók koordinátái**

|        | 2016             |                    |        | 2021             |                    |
|--------|------------------|--------------------|--------|------------------|--------------------|
|        | Dim1             | Dim2               |        | Dim1             | Dim2               |
| desi_1 | <b>0,9419029</b> | -0,09252315        | desi_1 | <b>0,9371991</b> | -0,06188844        |
| desi_2 | 0,6798614        | <b>0,71318097</b>  | desi_2 | 0,7463895        | <b>0,65385036</b>  |
| desi_3 | 0,8363628        | <b>-0,43011026</b> | desi_3 | 0,9060466        | -0,16668687        |
| desi_4 | 0,8872156        | -0,04281727        | desi_4 | 0,8481886        | <b>-0,32893530</b> |

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*

#### ***A DESI index főindikátorainak PCA elemzése (2016)***

A főkomponensekhez főindikátor súlyozó értékek tartoznak, amely arra vonatkozóan nyújt információt, hogy a főkomponensen belül mely főindikátoroknak nagyobb a súlya, és melyeknek kisebb. A PC1(Dim1) esetében a főindikátor változók súlya magas (25. táblázat), mindegyik pozitív, tehát ugyanabba az irányba változnak párhuzamosan. A legmagasabb súllyal a desi\_1 (0,9419) főindikátorok szerepelnek, tehát azokban az országokban, ahol a desi\_1 értéke magas, azok a digitális technológia gazdasági és társadalmi szinten történő integrálásában többnyire jobban teljesítenek, tehát a DESI főmutató indexe is magasabb, mint ahol ennek a főindikátornak az értéke alacsony. A PC2 (Dim2) esetében a desi\_2 (0,7132) és a desi\_3 (-0,4301) főindikátorok szerepelnek nagyobb súllyal, és a két indikátor között negatív kapcsolat áll fenn. Azokban az országokban, ahol a desi\_2 értéke (azaz a hálózati összekapcsoltság) magas, a desi\_3 értéke, amely a digitális technológia vállalati szinten történő integráltságát jelenti, jellemzően alacsony. Ennek magyarázata lehet, hogy a digitális technológia vállalati szinten történő integrálása inkább a vállalatvezetés szemléletmódjától függ, és kevésbé a hálózati összekapcsoltság mértékétől. 2016-ban az első dimenzióhoz tartozó főkomponens 70,9%-ban, a második dimenzióhoz tartozó pedig 17,6%-ban írja le az

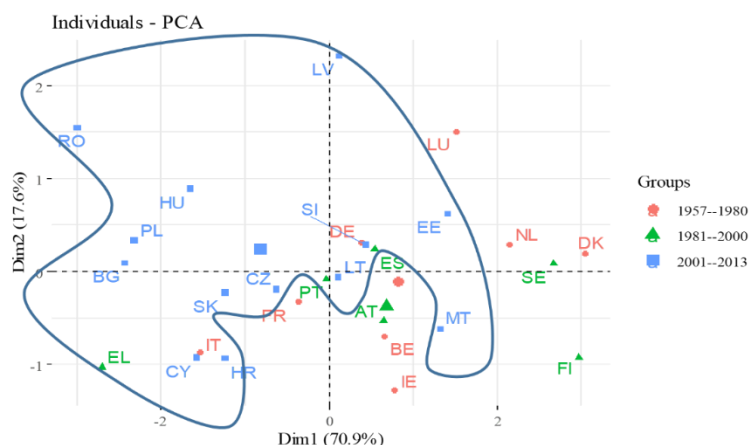
összefüggéseket. A változók hozzájárulása az adott komponenshez némileg átalakul, de azért elég közel van az Európai Bizottság által egynegyedes súlyozáshoz:

$$PC_1(1.\text{dim}) = 31,28 \cdot \text{desi\_1} + 16,3 \cdot \text{desi\_2} + 24,66 \cdot \text{desi\_3} + 27,76 \cdot \text{desi\_4}$$

A kialakult főkomponensek mentén csoportosítottam az EU tagállamait az Unióba történő belépésük (25. ábra), valamint a tagállam által realizált reál GDP/fő (26. ábra), szerint. Ezáltal arra kerestem a választ, hogy az eltérő csoportosítási ismérvek milyen hatással vannak a digitális technológia gazdasági és társadalmi szinten történő alkalmazására. Mely országok teljesítenek jobban a megadott szempontok alapján, tapasztalható-e eltérés közöttük, illetve történik-e elmozdulás a 6 év távlatában (2016 – 2021).

A digitális technológia gazdasági és társadalmi szinten történő alkalmazását ábrázolja a (25. ábra), a rendezés elve pedig az Unióhoz történő csatlakozás ideje. Ez alapján három csoportot képeztem:

- 1957-1980 között csatlakozottak csoportja az alapító 6 tagállam, kiegészülve az első körös csatlakozókkal 1973-ból: Belgium, Németország, Franciaország, Olaszország, Luxemburg, Hollandia, Dánia és Írország;
- 1981-2000 között a mediterrán bővítés továbbá a hidegháborút követően csatlakozott országok: Görögország, Spanyolország, Portugália, Ausztria, Finnország és Svédország;
- 2001-2013 között a kelet európai bővítések alkalmával csatlakozott tagállamok csoportja: Ciprus, Csehország, Észtország, Magyarország, Litvánia, Lettország, Málta, Lengyelország, Szlovénia, Szlovákia, Bulgária, Románia és Horvátország.



**25. ábra: Az országok elhelyezkedése a főkomponensek síkján, az EU-hoz való csatlakozás éve szerint csoportosítva (2016)**

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*

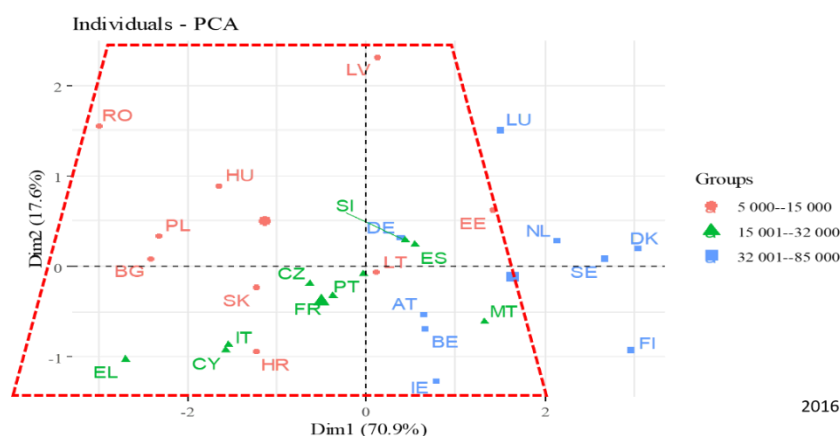
Az első csoporthoz tartozó tagállamok (pirossal jelölve) döntő többsége igen jól teljesít a digitális technológia alkalmazásában, hiszen az első főkomponens (X-tengely) jobb oldalán helyezkednek el. Belgium és Írország esetében tapasztalható némi elmaradás a hálózati összekapcsoltság mértékében, viszont a digitális technológia vállalati szinten történő alkalmazásában igencsak kimagaslóan teljesítenek (Y-tengely). Nem mondható el ez Olaszország és Franciaország esetében, hiszen az X-tengely bal oldali részén találjuk, tehát a kevésbé fejlettek között, és igencsak rosszul teljesített mind a desi\_2 mind pedig a desi\_3 indikátorok tekintetében.

A második, zöld színnel jelölt csoport digitális teljesítménye az átlag, illetve a fölött helyezkedik el. Kivétel ezúttal Görögország, amely elmaradásokkal küzd mind a desi\_1, mind pedig a desi\_4 indikátorok tekintetében.

A harmadik, kék színnel jelölt és bekeretezett csoport, mely zömmel a kelet európai államokat tömöríti, jellemzően gyengén teljesítenek a digitális technológia alkalmazásában, bár az infrastruktúra adott hozzá. Kiemelkedő a digitális hálózat infrastruktúrája Lettorszáiban, és átlag feletti Románia, Lengyelország és Bulgária esetében is. Azonban ami desi\_4 indikátort illeti, Málta és Észtország kivételével, alacsony értékeket tud csak felmutatni. Észtország jó hálózati összekapcsoltsággal rendelkezik, és igen jól alkalmazza a digitális technológiákat vállalati szinten is.

A digitális technológia gazdasági és társadalmi szinten történő alkalmazását ábrázolja a (26. ábra), a rendezés elve pedig az elért reál GDP/fő mértéke (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2021c). Ez alapján három csoportot képeztünk:

- 5 000 – 15 000 Euró közötti reál GDP/fő-vel rendelkező tagállamok csoportja (piros jelölés): Bulgária, Észtország, Horvátország, Lettország, Litvánia, Magyarország, Lengyelország, Románia és Szlovákia;
- 15 001 – 32 000 Euró közötti reál GDP/fő-vel rendelkező országok csoportja (zöld jelölés): Ciprus, Csehország, Görögország, Franciaország, Málta, Olaszország, Portugália, Spanyolország és Szlovénia;
- 32 001 – 85 000 Euró közötti reál GDP/fő-vel rendelkező tagállamok csoportja (kék jelölés): Ausztria, Belgium, Dánia, Finnország, Hollandia, Írország, Luxemburg, Németország és Svédország.



**26. ábra: Az országok elhelyezkedése a főkomponensek síkján a reál GDP (Euró /fő) alapján csoportosítva (2016)**

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*

A legalacsonyabb reál GDP/fő-t teljesítők csoportja, (piros színnel jelzett és bekeretezett) az X-tengely bal oldalán helyezkedik el, tehát az jelenti, hogy a desi\_1 főindikátor tekintetében hátul kullognak, alacsony értékekkel rendelkeznek. Az, hogy az X- tengely alatt vagy éppen felett, azt a desi\_2 és desi\_3 indikátorokkal kapcsolatos értékeik határozzák meg. A bal felső kvadráns jó hálózati összekapcsoltságot jelöl, ám a digitális technológia integráltságának mértéke alacsony, a jobb alsó kvadráns pedig az előzőekben említett két mutató gyenge teljesítményét jeleníti meg. Kivételt képez Észtország, amely a jobb felső kvadránsban kapott helyet, tehát az átlagnál jobb hálózati összekapcsoltság jellemzi, és a digitális technológia integráltságában is átlag fölötti értékekkel rendelkezik.

A középmezőnyben, azaz zölddel jelölt tagállamok digitális teljesítménye többnyire átlagosnak mondható. Svédország kiemelkedően jól teljesít a desi\_2 és desi\_3 indikátorok terén, a desi\_1 és desi\_4 területén pedig kicsivel az átlag fölötti értékekkel rendelkeznek. Görögország és Ciprus kissé leszakadva, az X-tengely alatt találjuk, a bal alsó kvadránsban, ami azt jelenti, hogy gyenge hálózati összekapcsoltság és a digitális technológia vállalati szinten történő alkalmazása.

A legnagyobb reál GDP/fő-vel rendelkező tagállamok csoportja az X-tengely jobb oldalán helyezkedik el, bár itt találni azért eltéréseket a DESI mutató főindikátorait tekintve. Dánia, Hollandia, Finnország és Svédország kiemelkedő értékek produkál a humán tőke digitális felkészültségében és az internetes szolgáltatások alkalmazásában, Ausztria, Belgium és Írország vállalatai azonban igen jól alkalmazzák a digitális technológiát. Luxemburg és Németország elhelyezkedése a jobb felső kvadránsban arra utal, hogy ők csak egyszerűen a

legjobbak a DESI index minden indikátorában, amihez egy kimagaslóan magas reál GDP/fő is társul még.

A kapott eredmények alapján az országok szélesebb távolságra helyezkednek el az átlag körül, mint a normál eloszlás esetén, legyen a csoportosítási ismerv az Unióhoz történő csatlakozásuk időpontja (25. ábra), vagy a realizált reál GDP/fő mértéke (26. ábra). Figyelembe véve a normális eloszlások tulajdonságait, az adatok 95%-a az átlag körüli  $\pm 1,96$  szórásnyi intervallumon belül kellene, hogy elhelyezkedjen. A mesterségesen megalkotott mutatószámaim egy, a normálistól eltérő, mondhatni „természetellenes” állapotot írnak le, amelyet, ha a statisztika nyelvéről lefordítjuk, a következő képen értelmezhető: a DESI index szempontjából a gyenge teljesítménnyel rendelkező tagállamok (Románia, Görögország, Bulgária és Lengyelország) és a nagyon fejlett országok (Finnország, Dánia, Svédország és Hollandia) sokkal távolabb vannak egymástól, mint azt normális körülmények között várható volna. Azok az országok, amelyek lemaradtak, azok akkora hátrányban vannak a fejlettekhez viszonyítva, amely szinte behozhatatlannak tűnik. Korábban (A DESI általános index  $\beta$ -konvergenciája) már meghatároztam a felzárkózás felezési idejét, vagyis azt, hogy hány évre lenne szükség a régió belüli teljes felzárkózás irányába tartó út felének a megtételéhez, ha a konvergencia üteme nem változna. Eredményül a 20 év felezési időt kaptam. Már itt felvetődött az a sejtés, hogy bár létezik konvergencia a DESI általános index esetében, ezzel egyidejűleg jelen van a Máté-hatás is. A később csatlakozott országok, illetve reál GDP/fő szerint szegényebb tagállamok a korábban csatlakozott, illetve gazdagabb országok közötti távolságok nemhogy csökkennének, hanem épp ellenkezőleg növekednek. Többek között emiatt is kerültek összevetésre a 2016-os és a 2021-es DESI számadatokat.

#### ***A DESI index főindikátorainak PCA elemzése (2021)***

Hasonlóan a 2016-ra számolt értékekhez, a PC1 (Dim1) esetében a főindikátor változók súlya magas, mindegyik pozitív, tehát ugyanabba az irányba változnak párhuzamosan (25. táblázat). A legmagasabb súllyal a desi\_1 (0,9371) főindikátor szerepel, tehát azokban az országokban, ahol a desi\_1 értéke magas, azok a digitális technológia gazdasági és társadalmi szinten történő integrálásában többnyire jobban teljesítenek, tehát a DESI főmutató indexe is magasabb, mint ahol ennek a már említett főindikátor értéke alacsony. A PC2 esetében a desi\_2 (0,6539) és a desi\_4 (-0,3289) főindikátorok szerepelnek nagyobb súllyal, és a két változó negatív kapcsolat áll fenn. Azokban az országokban, ahol a desi\_2 értéke, azaz a hálózati összekapcsoltság magas, a desi\_4 értéke, amely a digitális közszolgáltatásokat jellemzi, többnyire alacsonyabb. 2021-ben az első dimenzióhoz tartozó főkomponens 74,4%-ban, a második dimenzióhoz tartozó

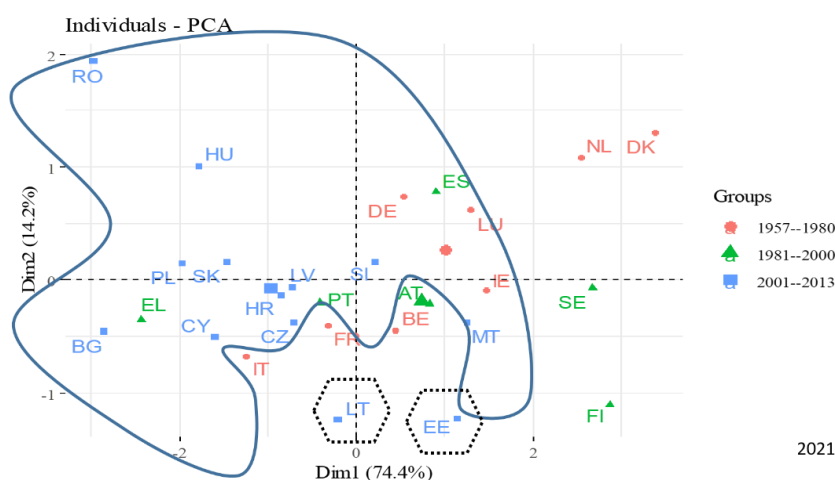
pedig 14,2%-ban írja le az összefüggéseket. A változók hozzájárulása az adott komponenshez a következő:

$$2021\ PC_1(\text{Dim1}) = \text{desi\_1} * 29,52 + \text{desi\_2} * 18,72 + \text{desi\_3} * 27,59 + \text{desi\_4} * 24,17$$

Korábbi, ezzel kapcsolatos tanulmányok is kiemelik a készségek, képességek, illetve az oktatás fontosságát. BÁNHIDI, DOBOS és NEMESLAKI (2020) klaszterelemzéssel és MDS-el (többdimenziós skálázással) csoportosították és rangsorolták az EU tagországokat és eredményeiket összevetették a DESI indexsúlyokkal meghatározott értékekhez. Megállapították, hogy a két rangsor nem tér el jelentősen, de felvetették a DESI dimenzióstruktúra egyszerűsítését, átgondolását. FOLEA (2018), FLEACA (2017) és CONDRUZ-BACESCU (2019) szerint az EU digitális menetrendjében a digitális készségek oktatását támogató intézkedések kulcsszerepet játszanak a lakosság digitális készségeinek a fejlesztésében, és minden tagállamnak kötelessége, hogy növelje az alap- és felsőfokú digitális készségekkel rendelkezők számát (JACULJAKOVA és STOFKOVA, 2020; RODRIGUES, CERDEIRA, MACHADO-TAYLOR, és ALVES, 2021; TUMBAS, SAKAI, PAVLICEVIC, és RAKOVIC, 2019). Az oktatás azonban önmagában nem elegendő, hiszen a technológia is elérhető közelségben kell legyen, hogy a megszerzett tudás alkalmazhatósága és továbbfejlesztése biztosítva legyen (MATKOVIC, MARIC, RAKOVIC, és SAKAL, 2019; ŠTOFKOVÁ, SOLTES, és STOFKOVA, 2019). LÓPEZ PELÁEZ, ERRO-GARCÉS és GÓMEZ-CIRIANO (2020) a brit fiatalság digitális készségeit és a munkaerőpiac elvárásait állította egymással szembe, és nézete szerint a kettő között tátongó digitális szakadék kizárólag csak oktatással, a digitális készségek fejlesztésével érhető el. KWILINSKI, VYSHNEVSKYI és DZWIGOL (2020) kutatásai során azt tapasztalták, hogy egy társadalomban minél magasabb a digitalizáció szintje, annál kisebb a szegénység és a társadalmi kirekesztés kockázata. VYSHNEVSKYI, STASHKEVYCH, SHUBNA és BARKOVA (2020) arra hívja fel a figyelmet, az EU gazdaságának a fejlődését a GDP változásának dinamikáján keresztül értékelve, hogy nem mutatható ki a gazdaság digitalizáltságának a döntő szerepe az elért gazdasági növekedés ütemében, tekintve az alkalmazott technológiák és az intézmények jelenlegi fejlettségét. Vizsgálataim értelmében a legnagyobb reál GDP/fő-vel rendelkező tagállamok kiemelkedő értéket produkálnak a humán tőke digitális felkészültségében és az internetes szolgáltatások alkalmazásában. Ausztria, Belgium és Írország vállalatai jól alkalmazzák a digitális technológiát, Luxemburg és Németország pedig csak egyszerűen a legjobb a DESI index minden indikátorában, amihez egy kimagaslóan magas reál GDP/fő is társul még. A DESI index növekedése a foglalkoztatási ráta és a személyi jövedelmek növekedését is jelenti, csökkentve a hosszú távú munkanélküliségi rátát és a munkaerő-piaci

bizonytalanságot (BASOL és YALCIN, 2021; STAVYTSKYY, KHARLAMOVA, és STOICA, 2019). NEAMTU, HAPENCIUC és BEJINARU (2019) és BEJINARU (2017) szerint az Ipar 4.0 az információs- és kommunikációs technológiával közösen teljesen átírta a globális gazdasági rendszert és további átalakulások várhatóak. A digitális szempontokat figyelembe véve Európa északi államai jobban teljesítenek, míg Kelet-Európa igencsak leszakadt (STANKOVIC, MARJANOVIC, DREZGIC, és POPOVIC, 2021). Románia több tekintetben is elmarad az európai átlagtól digitalizáció területén, így az e-kormányzati intézkedések meghonosításában (MURARIU és BEDRULE-GRIGORUTA, 2020; TODORUT és TSELENTIS, 2018), a lakosság digitális készségeit illetően (GAFTEA, 2016), és a digitális technológia vállalati szinten történő alkalmazásában (BALTATEANU, 2020; ILIESCU, 2020). ESSES, CSETE és NÉMETH (2021) valamint KUNCOVÁ és DOUCEK (2018) a Visegrádi országok teljesítményét és előrehaladását értékeli, HERMAN (2020) azt hangsúlyozza, hogy a V4 államokban és Romániában is az IKT területen foglalkoztatottak aránya és a GDP-hez való hozzájárulása elmarad az EU átlagától.

A digitális technológia gazdasági és társadalmi szinten történő alkalmazását ábrázolja a (27. ábra), a rendezés elve pedig az Unióhoz történő csatlakozás ideje. A kialakult csoportokat már részletesen bemutatásra kerültek az előző alpont keretén belül.



**27. ábra: Az országok elhelyezkedése a főkomponensek síkján, az EU-hoz való csatlakozás éve szerint csoportosítva (2021)**

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*

Az első csoporthoz tartozó tagállamok (pirossal jelölve) döntő többsége igen jól teljesít a digitális technológia alkalmazásában, hiszen az első főkomponens (X-tengely) jobb oldalán helyezkednek el. A digitális technológia alkalmazásában a legjobban teljesítő országok közül Dánia és Hollandia tovább növelte digitális felkészültségéből fakadó előnyét. Belgium a

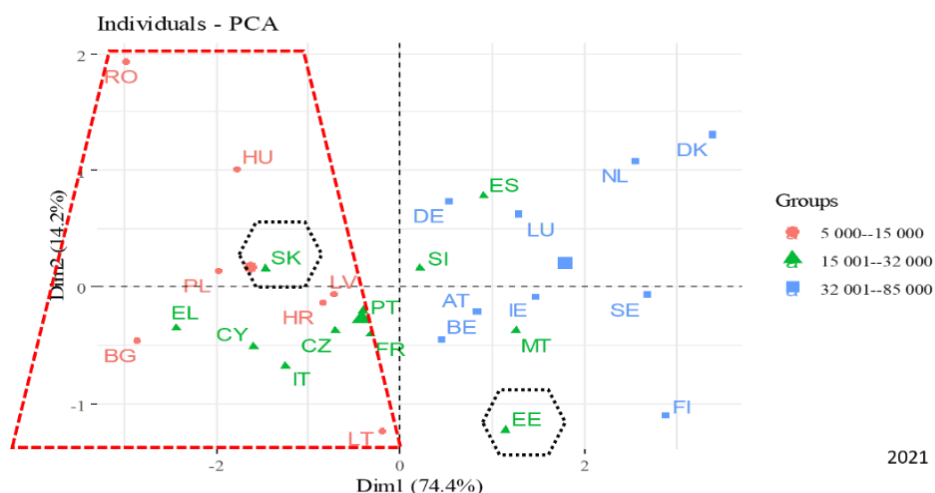
digitális infrastruktúra kialakításában van némi lemaradásban a csoport többi tagjához viszonyítva, viszont a digitális közszolgáltatások alkalmazásában igencsak kimagaslóan teljesítenek (Y-tengely). Nem mondható el ez Olaszország és Franciaország esetében, hiszen az X-tengely bal oldali részén találjuk, tehát a kevésbé fejlettek között, és igencsak rosszul teljesített mind a desi\_2 mind pedig a desi\_4 indikátorok tekintetében.

A második, zöld színnel jelölt csoport digitális teljesítménye többnyire az átlag, illetve a fölött helyezkedik el. Kivétel Görögország és Finnország, ahol előbbi elmaradásokkal küzd mind a desi\_1, mind pedig a desi\_4 indikátorok tekintetében, Finnország pedig a hálózati összekapcsoltság területén marad el a csoportja teljesítményétől. Spanyolországnak sikerült növelnie a digitális teljesítményét, és Görögország is elkezdte a felzárkózást, bár egyelőre még csak a digitális közszolgáltatások terén, itt azonban a fejlődés átlagos üteme közel 10,5%-os 2016-2021 között.

A harmadik, kék színnel jelölt és bekeretezett csoport, mely a kelet európai államokat tömöríti, jellemzően gyengén teljesítenek a digitális technológia alkalmazásában, bár az infrastruktúra adott hozzá. Kiemelkedő a digitális hálózat infrastruktúrája Románia, és Magyarország esetében. Azonban ami desi\_4 indikátort illeti, Málta és Észtország kivételével, alacsony értékeket tudnak csak felmutatni. Észtország jó hálózati összekapcsoltsággal rendelkezik, és a közszolgáltatás digitalizáltságában is az élen jár. Összevetve a (25. ábra) és (27. ábra) ábrákat, elmondható, hogy nem tapasztalható érdemi elmozdulás 2016 és 2021 viszonylatában. A később csatlakozott országok szinte ugyanabban „tartományban” helyezkednek el, megtartva a gyengén teljesítők szerepkörét.

A digitális technológia gazdasági és társadalmi szinten történő alkalmazását ábrázolja a (28. ábra), a rendezés elve pedig az elért reál GDP/fő mértéke (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2021c). A 2016-os csoportbeosztáshoz képest annyi az eltérés, hogy Észtország és Szlovákia egy szinttel fentebb lépett, 15 000 Euró fölé növekedett az egy főre eső reál GDP mértéke.

A legalacsonyabb reál GDP/fő-t teljesítők (pirossal jelölve) csoportja az X-tengely bal oldalán helyezkedik el, tehát a DESI index főindikátorai tekintetében igencsak a hátsó mezőnyben teljesítenek.



**28. ábra: Az országok elhelyezkedése a főkomponensek síkján a reál GDP (Euró/fő) alapján csoportosítva (2021)**

*Forrás: Saját szerkesztés (KOVACS et al., 2022) alapján*

A középmezőnyben, azaz zölddel jelölt tagállamok digitális teljesítménye többnyire átlagosnak mondható. Spanyolországban növekedett a *desi\_4* indikátor értéke 2016-hoz viszonyítva, Ciprus esetében is észlelhető egy pozitív, az átlag felé történő elmozdulás. Ezzel szemben Görögország itt is teljesen leszakadva, az X-tengely alatt találjuk, a bal alsó kvadránsban, ami azt jelenti, hogy gyengén teljesít a DESI index minden indikátora terén. A legnagyobb reál GDP/fő-vel rendelkező tagállamok csoportja az X-tengely jobb oldalán helyezkednek el, bár itt találni azért eltéréseket a DESI index főindikátorait tekintve. Dánia, Hollandia, Finnország és Svédország kiemelkedő értéket produkál minden tekintetben, megelőzve nem csak a többi európai tagállamot, de a 32 001 – 85 000 Euró reál GDP/fő-vel rendelkező tagállamok csoportjában is a legjobbak.

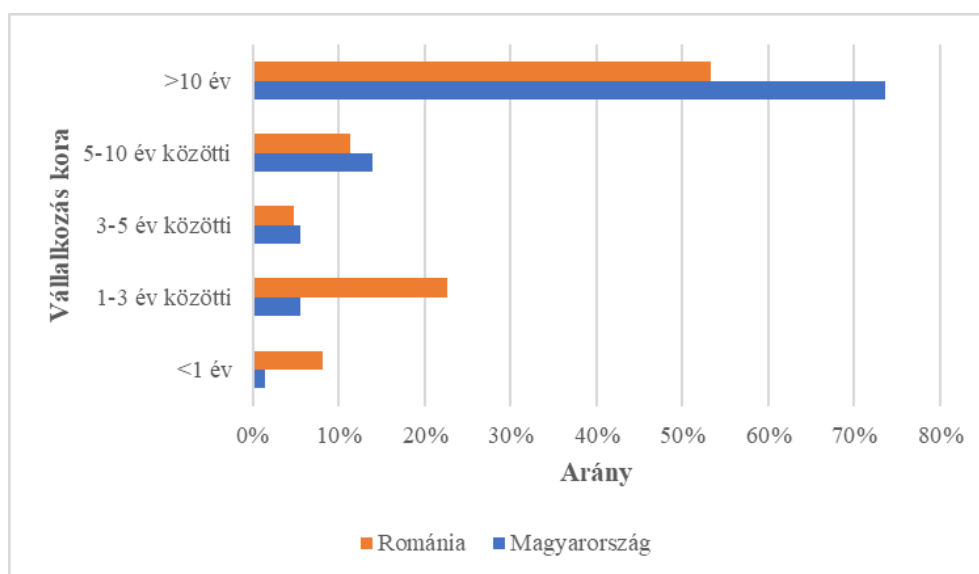
2016-hoz hasonlóan, az unió tagállamai most is szélesebb távolságra helyezkednek, mint  $\pm 1,96$  szórási távolságra az átlag körül. Tehát ebben az esetben sem lehet szó normális eloszlásról. A távolságok a 2021-re fejlett és fejletlen országok között enyhén tovább nőttek, legyen a csoportosítási ismerv az Unióhoz történő csatlakozásuk időpontja (27. ábra), vagy a realizált reál GDP/fő mértéke (28. ábra). Ugyanazon országok találhatóak a rangsor élén, és ugyanazok a végén, tehát a hátrányból nem, hogy ledolgozni nem sikerült, hanem az enyhén még tovább is nőtt. Ennek számszerűsítése érdekében meghatároztam a kiindulási év (2016) és a záró év (2021) DESI mutatóinak átlagait és varianciáit az EU 27 tagállamaira. Az átlagok esetében (2016: 0,3658, illetve 2021: 0,5178) a növekedés mértéke közel 42% volt, tehát az átlagos értékek jelentősen növekedtek. A variancia értéke ugyanakkor (2016: 0,0064, illetve 2021: 0,0097), nagyobb, megközelítőleg 52%-os növekedést mutat. A 10 százalékponttal nagyobb

variancia növekedés azt is mutatja, hogy az átlagos értéktől vett távolságok abszolút értékben nagyobb mértékben nőttek, mint azt láthattuk a csoportosítási ismérvek alapján (27. ábra és 28. ábra). Az eltérés szignifikanciáját ugyanakkor az F próba nem igazolta. A Máté-hatás sejtése 2016-2021 időszakban bár szignifikánsan nem igazolható, tendencia jelleggel utal annak meglétére. Mivel a modell szimmetrikus feltételezésekkel vizsgálja a DESI index változását, a fejlettebb országok tovább fejlődése definíció szerint azt jelenti, hogy a kevésbé fejlett országok az elkövetkezőkben is ugyanannyira lemaradnak: a gazdagok gazdagabbak lesznek, mert a szegények veszítenek.

#### 4.4. Magyarországi és romániai vállalkozások digitális felkészültsége

##### 4.4.1. A felmérésben részt vevő vállalkozások általános ismérvei

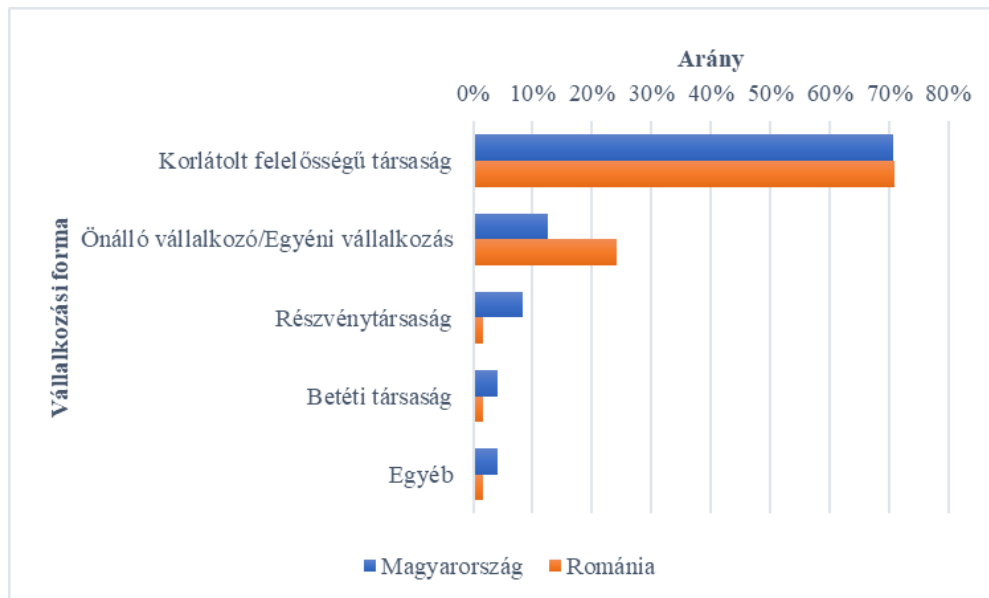
A kérdőív első részében a vállalkozással kapcsolatosan gyűjtöttem háttér információkat (3. melléklet). A kérdőívet 134 vállalkozás töltötte ki Magyarországról és Romániából, előbbiek aránya 54%, míg az utóbbiaké 46%, melyek 90%-ot meghaladó arányban magán tulajdonban vannak. A vállalkozások korát tekintve (29. ábra), a 10 évet meghaladó vállalkozási tapasztalattal működők a reprezentáltabbak, mindkét országban 50% fölötti arányt képviselve, Magyarország esetében meghaladva a 70%-ot is. Az 5-10 év közötti vállalkozások aránya 10% körüli, a 3-5 év közöttieké pedig 5% körül alakul. Romániában viszonylag sok (20% fölött) 1-3 év közötti vállalkozást sikerült megszólaltatni, míg Magyarországon ez az arány jóval alacsonyabb (6%). A kezdő vállalkozások száma ugyancsak Romániában magasabb a felmérés alapján, a megkérdezettek 8%-a alapította a vállalkozását 2020-ban, vagy azt követő évben.



29. ábra: A vállalkozások kor szerinti megoszlása

Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés

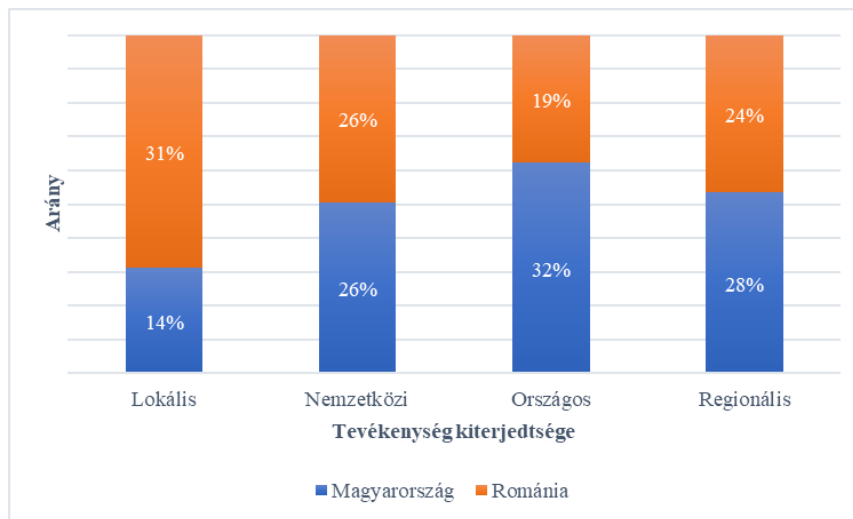
A felmérésben részt vevő vállalkozások 70%-a korlátolt felelősségű társaságként működik, ország tekintetében nincs eltérés (30. ábra). A megszólaltatott egyéni vállalkozók aránya némileg magasabb Romániában (RO – 24%, HU – 13%), a részvénytársaság és betéti társaságok aránya azonban Magyarországon a magasabb. Az egyéb kategóriába összesen négy válaszadó sorolta magát, három Magyarországról és egy Romániából, a következők szerint: egy cégcsoport, egy intézmény (iskola), egy terméktanács egyesület és egy egyházi szervezet.



**30. ábra: Vállalkozási formák aránya**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

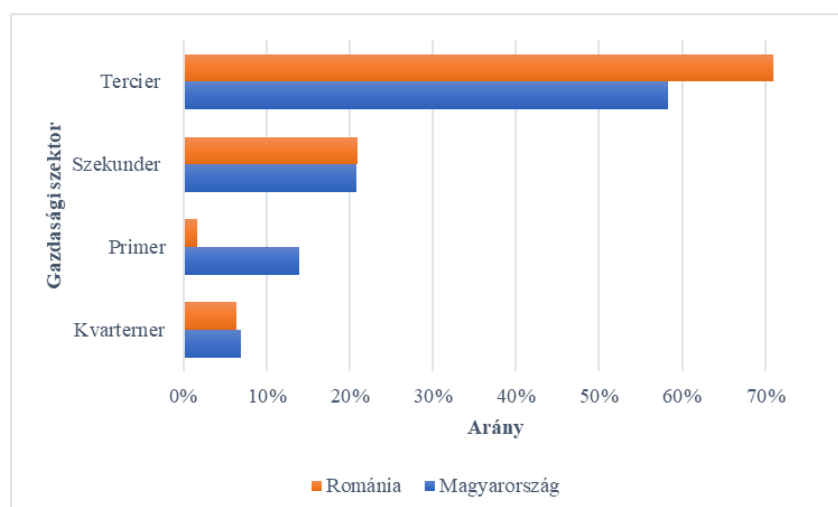
Eltérő szerkezetet tapasztaltam a vállalkozási tevékenység kiterjedtségét illetően (31. ábra). A Magyarországon működő vállalkozások 14%-a főként lokálisan működik, ezzel szemben a romániai vállalkozások esetében ez az arány jóval magasabb, 31%. A regionális szinten működők arányában nincs ilyen markáns eltérés, a magyarországi arány 28%, a romániai pedig 24%. A tevékenység országos kiterjedtsége jellemző a magyarországi vállalkozások 32%-ra, a Romániából válaszolók csupán 18%-ára volt igaz. A nemzetközi szint esetében nincs eltérés, tehát a megkérdezett vállalkozások 26%-a állította magáról ezt, országtól függetlenül.



**31. ábra: Vállalkozási tevékenység földrajzi kiterjedtsége**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

A felmérésben részt vevő magyarországi vállalkozások 58%-a és romániai vállalkozások kissé több mint kétharmada a makroökonómiai értelemben vett tercier gazdasági szektorhoz tartozik, tehát a szolgáltató szektorban tevékenykedő vállalatok reprezentációja a domináns (32. ábra). Ezt követően a szekunder szektorban tevékenykedő vállalatok következnek (HU és RO vállalatok egyötöde), mely a természetből származó javak feldolgozásával foglalkozik, A közvetlenül a természetben található javak megmunkálásával (primer szektor) foglalkozó vállalkozások esetében, a megkérdezett magyarországi vállalkozások 14%-a, míg a romániai vállalkozások alig 1,5%-a tartozik ehhez a gazdasági szektorhoz. A tudásalapú, kvarterner szektor reprezentációja a felmérésben csupán néhány százalékos, Magyarország esetében 7%, Romániában pedig 6%.



**32. ábra: A vállalkozások gazdasági szektor szerinti osztályozása**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

A felmérésben részt vevő vállalkozások tevékenységi körét tekintve azok igencsak változatosak (26. táblázat), azonban legnagyobb mértékben az alábbi Nemzetgazdasági Ágazatok (Teaor'03 szerint) képviselte jelentősebb: M-szektor ezen belül pedig a jogi, számviteli és adószakértői tanácsadás, C-szektor (13,9% - HU, 16,1% - RO), A-szektor (mezőgazdaság) Magyarországon (13,9%), valamint a G-szektorból a nagykereskedelem (11,1% - HU, 29% - RO) és a szállítási szolgáltatások Romániában (11,3%).

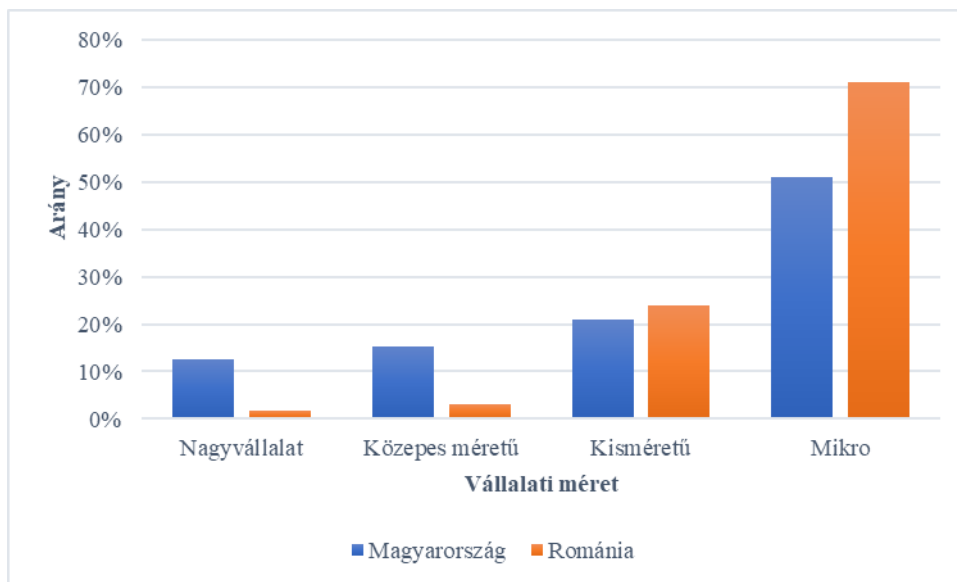
**26. táblázat: A vállalkozások nemzetgazdasági ágazat szerinti besorolása**

| MNB betűjel | Nemzetgazdasági ágazat                                                                         | Magyarország (%) | Románia (%)  |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------|
| A           | Mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat                                                        | 13,9%            | -            |
| B           | Bányászat, kőfejtés                                                                            | -                | 1,6%         |
| C           | Feldolgozó ipar                                                                                | 13,9%            | 16,1%        |
| D           | Villamosenergia-, gáz-, gőzellátás, légkondicionálás                                           | 4,2%             | -            |
| E           | Vízellátás, szennyvíz gyűjtése, kezelése, hulladékgazdálkodás, szennyeződésmérséklés           | 1,4%             | -            |
| F           | Építőipar                                                                                      | 1,4%             | 4,8%         |
| G           | Kereskedelem, gépjárműjavítás                                                                  | 11,1%            | 29%          |
| H           | Szállítás, raktározás                                                                          | 5,6%             | 11,3%        |
| I           | Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás                                                          | 2,8%             | 6,5%         |
| K           | Pénzügyi, biztosítási tevékenység                                                              | -                | 3,2%         |
| L           | Ingatlanügylek                                                                                 | 1,4%             | -            |
| M           | Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység, adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység | 26,4%            | 11,3%        |
| N           | Egyéb tevékenységek                                                                            | 11,2%            | 9,7%         |
|             |                                                                                                | 6,9% oktatás     | 6,4% oktatás |

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

A vállalkozás méretét tekintve (33. ábra) a résztvevők jellemzően mikrovállalkozásként működik (HU – 51%, RO – 71%), tehát kevesebb, mint 10 főt foglalkoztat állandó jelleggel, valamint az árbevétele vagy a mérlegfőösszege nem haladja meg a 2 millió Eurót. A kis méretű vállalkozások jelenléte 21%-os Magyarországon, és 24%-os Romániában. Jóval több közepes (15%) és nagyvállalatot (13%) sikerült megszólaltatni Magyarországon, a romániai képviselt ennek csupán az egyötöde. Az összesen 10 nagyvállalat fele-fele arányban részvénytársaság,

illetve kft.-ként működik. Az egyetlen romániai nagyvállalat részvénytársaságként működik, magántulajdonban van, és a feldolgozóiparban tevékenykedik. A magyarországi nagyvállalatok közül csupán egy van önkormányzati tulajdonban, a többi mind magántulajdonú, gazdasági szektorok tekintetében mind a három szektor megtalálható, bár kétharmad arányban a tercier szektor a domináns.



**33. ábra: Vállalkozások méret szerinti kategóriái**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

Az alkalmazott üzleti modell tekintetében a B2B (a vállalkozás ügyfele egy másik vállalkozás) és a B2C (a vállalkozás a végfelhasználónak, a fogyasztónak értékesít) egyenlő arányban van képviselve, és csupán 4 vállalkozás van, amely az államnak értékesít (HU – 3 db, RO – 1 db).

Magyarországon a megkérdezett vállalkozások 67%-a rendelkezik weboldallal, míg Romániában és az arány csupán 45%. Ezt tovább bontva vállalati méret szerint, a közepes- és nagyvállalatok minden esetben rendelkeznek weboldallal, függetlenül a tevékenységi körüktől. Az online történő értékesítés alapját képező webáruház tekintetében a két ország vállalkozásainak aránya kiegyensúlyozott, ám a 15% nem számít egy kifejezetten jó aránynak. A webáruházzal rendelkező vállalkozások többsége (70%) B2C üzleti modell szerint működik, tehát egyenesen a végfelhasználónak értékesíti termékeit.

A vállalkozások összességében pozitívan tekintenek a jövőbe, és a magyarországi vállalkozók 44%-a vélekedik úgy, hogy az iparága növekvő, és még 8% gondolja úgy, hogy dinamikus növekvő. Stagnál az iparág a megkérdezettek 36%-a szerint, 11% pedig úgy gondolja, hogy a tendencia inkább csökkenő. A romániai vállalkozókra is inkább az optimizmus jellemző: 58%

szerint növekvő, további 5% véleménye alapján dinamikusan növekvő, míg 27% szerint inkább a stagnálás a jellemző. 10%. szerint az iparág csökkenő tendenciát követ, a romániai vállalkozók véleménye alapján.

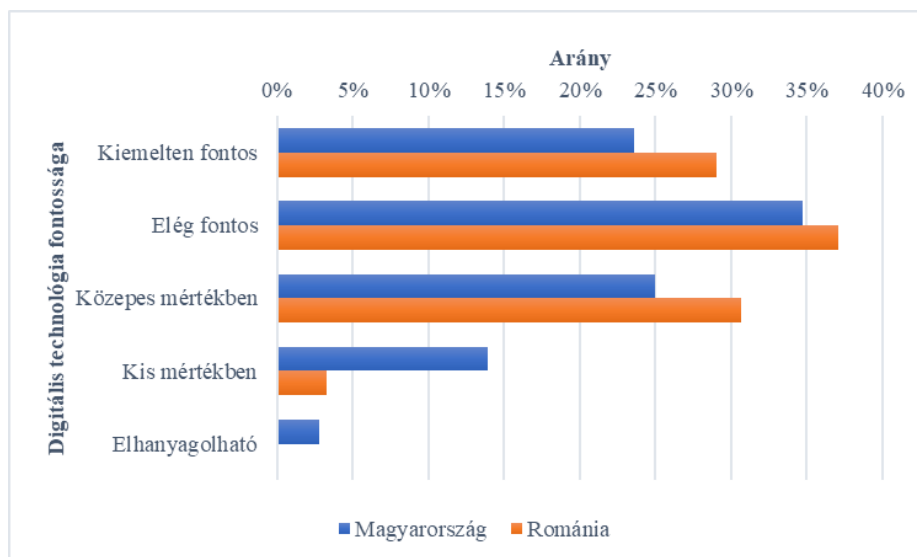
#### **4.4.2. A vállalkozások digitális felkészültsége**

A kérdőív ezen részében azt kívántam felmérni, hogy a felmérésben részt vevő vállalkozások mennyire értékelik fontosnak a digitális technológia kínálta újításokat, illetve ezek alkalmazását.

Az informatikai fejlesztések lehetővé tették a vezetői munka támogatását, a vállalat különböző szintjein felmerülő igények kiszolgálását integrált információs rendszerek kialakítása révén. A megkérdezett magyarországi vállalkozások 66%-a, a romániai vállalkozások 72%-a használ valamilyen integrált vállalatirányítási rendszert. Leggyakoribbak a folyamatok lebonyolítását segítő rendszerek (műveletek végrehajtása, elszámolás, elemzési és tervezési folyamatok) alkalmazása (58%), ezt követi a kommunikációt támogató rendszerek (44%), majd végül a döntéshozatalat segítő rendszerek (34%).

Magyarországon a felmérésben részt vevő vállalkozók többségében (50%-ot meghaladó arányban) fontosnak vagy kiemelten fontosnak tartja a digitális technológiát a saját vállalkozása működésében (34. ábra). A digitális technológia olyan elektronikus eszközök, rendszerek és gépek használatát jelenti, amelyek adatokat generálnak és tárolnak vagy akár fel is dolgoznak. Negyede közepes fontosságot tulajdonít e tényezőnek a vállalkozási tevékenysége során, míg 15% körül van azok aránya, akik csak kis vagy elhanyagolható mértékben használják a digitális technológiát. Romániában 65% fölötti azon vállalkozások aránya, akik fontosnak, illetve kiemelten fontosnak tartják a digitális technológiát, és harmaduk szerint ez csak közepes mértékben járul hozzá a tevékenységéhez. Csupán 3% vélekedik úgy, hogy jól boldogulna a digitális lehetőségek nélkül is.

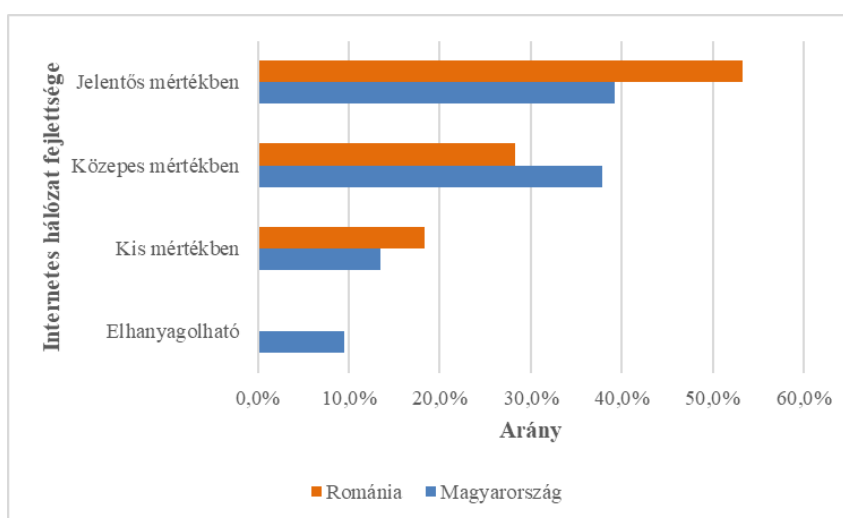
Összefüggés vizsgálatot végeztem az digitális technológia fontossága és a vállalati méret között. A két változó közötti összefüggésre Pearson Khi-négyzet tesztjét alkalmaztam. A mutató megfigyelt értéke 14,059, ám az aszimptotikus szignifikanciaszint magasabb ( $p=0,356$ ), mint a 0,05-ös szint, tehát nincs összefüggés a két változó között. Hasonló megállapításra jutottam a digitális technológia fontossága és a vállalati szektorok tekintetében is, azaz nincs összefüggés a változók között (3. melléklet).



**34. ábra: A digitális technológia fontossága a vállalati működésben**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

A vállalkozások 80%-a szerint fontos az internetes hálózat fejlettsége, ami azt jelenti, hogy a mindennapi munkavégzés a nagy többség számára nehézségekbe ütközne internet hiányában (35. ábra). Ugyanakkor a romániai vállalkozók 50%-ot meghaladó része kifejezett jelentőséget tulajdonít a hálózat fejlettségének, míg ez a magyarországi vállalkozók alig 40%-a számára kulcsfontosságú. Kevésbé fontos, tehát csupán kis mértékben van hatással a vállalkozói tevékenységre a magyarországi vállalkozások 14%-ra, valamint a romániai vállalkozások 18%-ra. Akadtak olyan vállalkozások is, melynek tevékenysége nem függ az internete hálózat minőségétől. E vállalkozások (7 db) Magyarországon működő, magántulajdonban lévő mikro vállalkozások, továbbá egy közepes méretű vállalat.



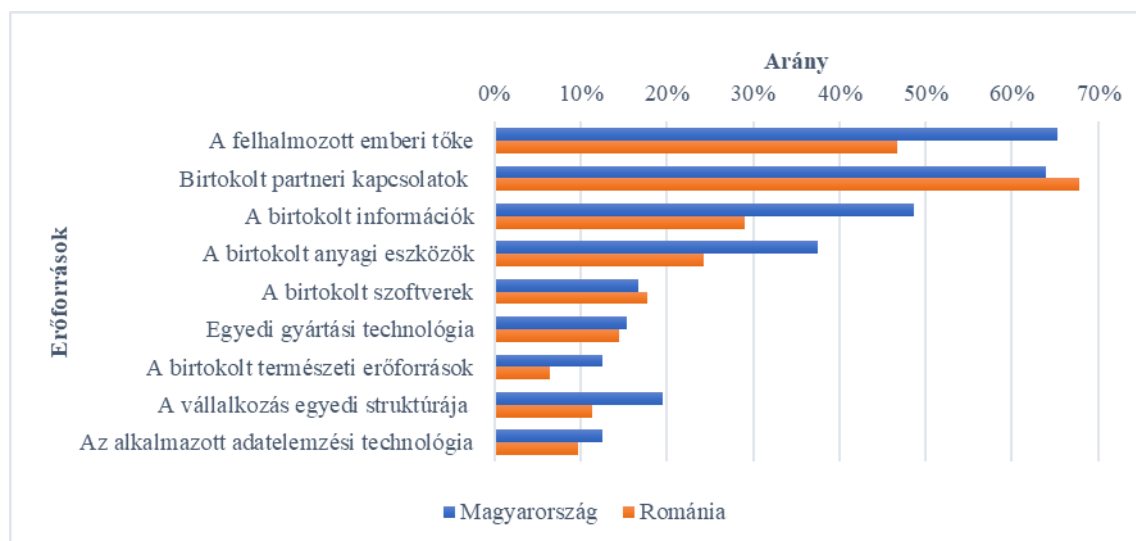
**35. ábra: Internetes hálózat fejlettségének hatása a vállalkozási tevékenységre**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

Nem sikerült összefüggést kimutatnom sem a vállalati méret, sem pedig a vállalati szektor és az internetes hálózat fejlettségének fontossága között (3. melléklet).

A felhasználóbarát alkalmazások elterjedését a vállalkozások több mint 60%-a jelentősnek vagy közepesen fontosnak ítéli, mondván, hogy az hatással van a mindennapi működésére.

A vállalkozások legfontosabb erőforrásait tekintve (36. ábra) a magyarországi vállalkozók véleménye alapján a humán erőforráshoz és a partneri kapcsolatok szerepelnek az első helyen, minkettő 65%-os értéket képvisel. Ettől némileg elmaradva, közel 50% mondta, hogy a birtokolt információra tekint úgy, mint fontos erőforrás. Az anyagi eszközök csupán a negyedik helyen szerepelnek. A romániai vállalkozók 68%-a rangsorolta első helyre a partneri kapcsolatokat, mint legfontosabb erőforrás, melyet kissé lemaradva 47%-kal követ a vállalatban felhalmozott humán tőke. Csupán minden harmadik vállalkozó tekint úgy a birtokolt információra, mint lényeges erőforrás. Az erőforrások rangsora elsősorban a tercier szektorban tevékenykedők véleményét tükrözi, a többi szektor ettől némileg eltérő rangsorolást adott, melyről pár sorral lentebb ejtek szót.



**36. ábra: Erőforrások rangsorolása**

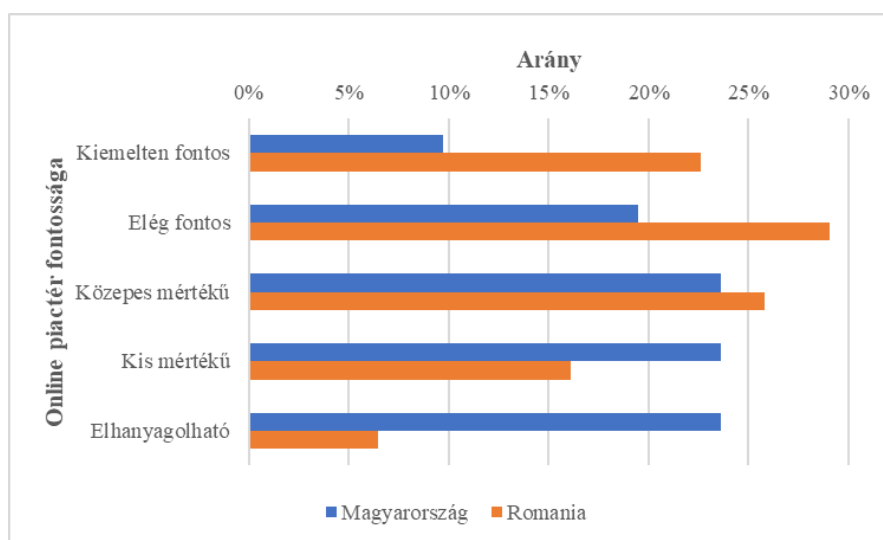
*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

Tulajdonképpen hasonlóan vélekednek a két ország vállalkozói az erőforrások jelentőségéről, nincsenek markáns eltérések. Ez annál is meglepőbb, hiszen az előzőekben éppen a vállalkozások maguk hangsúlyozták a digitális technológia szerepét a vállalati működésben, ám valamilyen oknál fogva a megszerzett, birtokolt információban már csak a megkérdezettek harmada lát potenciális erőforrást. Ha ehhez hozzávesszük, hogy csupán 10% körüli azok aránya, akik úgy tekintenek az alkalmazott adat-elemzési technológiájára, mint legfontosabb

erőforrás, nehéz kijelenteni, hogy a kutatásban résztvevő vállalkozások a digitális forradalom napjait élik.

Gazdasági szektoronként értékelve az erőforrások fontosságát, a primer szektorban a birtokolt anyagi eszközök, a birtokolt természeti erőforrások és a partneri kapcsolatok a legjelentősebbek. A szekunder szektorban a felhalmozott emberi tőke, a partneri kapcsolatok és az egyedi gyártási technológia a legfontosabb a megkérdezett vállalkozók véleménye alapján.

A felmérésben részt vevő magyarországi vállalkozók közel 75%-a nem tulajdonít különösebb jelentőséget az online piacoknak a vállalati működés kapcsán, és csupán harmaduk vélekedik úgy, hogy az online jelenlét fontos vagy éppen kiemelt jelentőségű (37. ábra). Romániában a vállalkozók véleménye alapján 50% az, akik nem tartják fontosnak az online piacokat, a másik fele viszont egyértelműen úgy véli, hogy fontos (29%), vagy éppen kiemelkedően fontos (23%) azon a területen, ahol a vállalkozása működik.



**37. ábra: Az online piacok fontossága**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

A vállalati szektor és az online piac fontossága között szignifikáns összefüggés van. A mutató megfigyelt értéke 22,636, amely még 0,031-es kétoldali szignifikancia-szinten vizsgálva is meghaladja az elméleti küszöbértéket, tehát a szignifikanciaszint kisebb, mint 5%.

A 27. táblázatban bemutatott keresztábra alapján megállapítottam, hogy a primer szektorban a vállalkozók véleménye alapján az online piac fontossága elhanyagolható, esetenként kis mértékben fontos csupán. A szekunder szektorban is hasonló a vélekedés, tehát a szektorbéli vállalkozók 38%-ának véleménye alapján elhanyagolható az online piac jelentősége. A

felmérés alapján a tercier szektorban működő vállalkozások 75%-ának esetében fontos, illetve kiemelten fontos az online piacon való jelenlét.

**27. táblázat: Keresztábra elemzés**

|         |            |                                                                    | Online piac fontossága a vállalkozása működési területén? |             |                 |             |                  | Total  |
|---------|------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------|-----------------|-------------|------------------|--------|
|         |            |                                                                    | Elhanyagolható                                            | Kis mértékű | Közepes mértékű | Elég fontos | Kiemelten fontos |        |
| Szektor | Primer     | Count                                                              | 4                                                         | 5           | 0               | 1           | 0                | 10     |
|         |            | % within Szektor                                                   | 40,0%                                                     | 50,0%       | 0,0%            | 10,0%       | 0,0%             | 100,0% |
|         |            | % within Online piac fontossága a vállalkozása működési területén? | 19,0%                                                     | 18,5%       | 0,0%            | 3,1%        | 0,0%             | 7,5%   |
|         |            | % of Total                                                         | 3,0%                                                      | 3,7%        | 0,0%            | 0,7%        | 0,0%             | 7,5%   |
|         | Szekunder  | Count                                                              | 8                                                         | 5           | 7               | 5           | 3                | 28     |
|         |            | % within Szektor                                                   | 28,6%                                                     | 17,9%       | 25,0%           | 17,9%       | 10,7%            | 100,0% |
|         |            | % within Online piac fontossága a vállalkozása működési területén? | 38,1%                                                     | 18,5%       | 21,2%           | 15,6%       | 14,3%            | 20,9%  |
|         |            | % of Total                                                         | 6,0%                                                      | 3,7%        | 5,2%            | 3,7%        | 2,2%             | 20,9%  |
|         | Tercier    | Count                                                              | 9                                                         | 14          | 23              | 24          | 16               | 86     |
|         |            | % within Szektor                                                   | 10,5%                                                     | 16,3%       | 26,7%           | 27,9%       | 18,6%            | 100,0% |
|         |            | % within Online piac fontossága a vállalkozása működési területén? | 42,9%                                                     | 51,9%       | 69,7%           | 75,0%       | 76,2%            | 64,2%  |
|         |            | % of Total                                                         | 6,7%                                                      | 10,4%       | 17,2%           | 17,9%       | 11,9%            | 64,2%  |
|         | Kvarterner | Count                                                              | 0                                                         | 3           | 3               | 2           | 2                | 10     |
|         |            | % within Szektor                                                   | 0,0%                                                      | 30,0%       | 30,0%           | 20,0%       | 20,0%            | 100,0% |
|         |            | % within Online piac fontossága a vállalkozása működési területén? | 0,0%                                                      | 11,1%       | 9,1%            | 6,3%        | 9,5%             | 7,5%   |
|         |            | % of Total                                                         | 0,0%                                                      | 2,2%        | 2,2%            | 1,5%        | 1,5%             | 7,5%   |
| Total   |            | Count                                                              | 21                                                        | 27          | 33              | 32          | 21               | 134    |
|         |            | % within Szektor                                                   | 15,7%                                                     | 20,1%       | 24,6%           | 23,9%       | 15,7%            | 100,0% |
|         |            | % within Online piac fontossága a vállalkozása működési területén? | 100,0%                                                    | 100,0%      | 100,0%          | 100,0%      | 100,0%           | 100,0% |
|         |            | % of Total                                                         | 15,7%                                                     | 20,1%       | 24,6%           | 23,9%       | 15,7%            | 100,0% |

*Forrás: Saját szerkesztés*

A megkérdezett vállalkozások 85%-a nem gondolná, hogy üzleti pozíciójára veszélyt jelenthetne a platform alapon kínált alternatívája, és a magyarországi vállalkozók csupán 14%-a, a romániai vállalkozók 18%-a gondol rá, mint potenciális veszélyforrás. A veszély ebben az esetben kismértékű és az elhanyagolható mértékű. Csupán 8 vállalkozó vélekedik úgy, hogy a fenyegetés közepes mértékű, vagy még magasabb.

A magyarországi vállalkozók 40%-a, és a romániai vállalkozók 29%-a számára ismerősen cseng a közösségi gazdaság fogalma. Soraikból 42% (HU) illetve 29% (RO) véli úgy, hogy a közösségi gazdaság típusú vállalkozások jelen vannak azon a területen, ahol maguk is tevékenykednek, a következő területeket említve többségében: szállítmányozás, online

vásárlás, online értékesítés, professzionális szolgáltatások, valamint az online tartalmak. Érdekeség, hogy minden szektorban volt olyan vállalkozó, aki úgy ítélte meg, hogy az ő vállalkozási szektorában is megjelent már a közösségi gazdaság.

A felmérésben részt vevő magyarországi vállalkozások 57%-a, és a romániai vállalkozások 75%-a gyűjt információkat az értékesítést követően vásárlóitól, melynek céljait a (28. táblázat) tartalmazza.

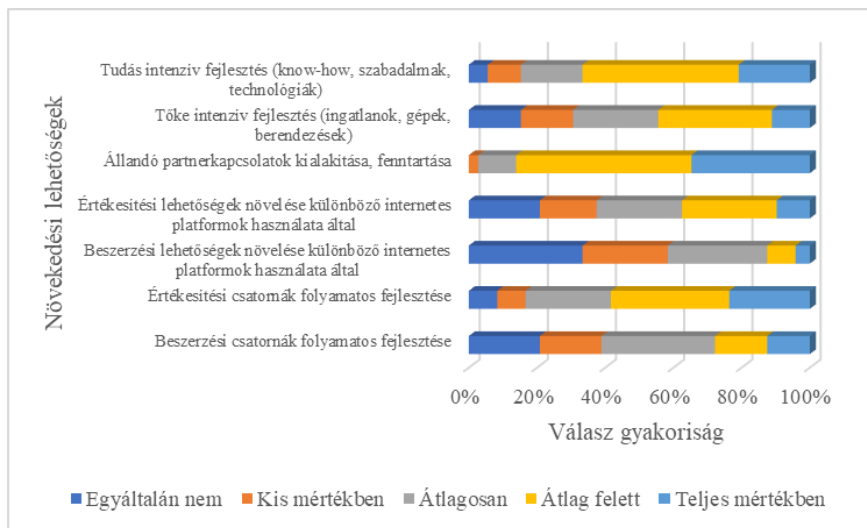
**28. táblázat: Az értékesítést követő vevői elégedettség-mérés céljai**

| Lehetséges célok                                                              | Magyarország | Románia |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|
| A cég termékeinek/szolgáltatásainak folyamatos ellenőrzése és felülvizsgálata | 33%          | 45%     |
| A vevői elvárások változásának korán, időben történő felismerése              | 36%          | 34%     |
| Belső minőségjavító programok kidolgozása                                     | 25%          | 18%     |
| A dolgozók ösztönzése                                                         | 4%           | 15%     |
| A vevőbarát kommunikációs stratégia folyamatos vizsgálata és fejlesztése      | 22%          | 31%     |

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

A magyarországi vállalkozók a vevői elvárásoknak szeretnének megfelelni (36%), elsősorban ez a vevői elégedettségmérés célja. Ettől pár százalékkal lemaradva csupán (33%), a vevői visszajelzések alapján kívánja termékei/szolgáltatásai minőségi jellemzőit folyamatosan szinten tartani. Rangsorban a harmadik a minőségjavító programok kidolgozása. A kommunikációs stratégia fejlesztése csupán minden negyedik, vevői elégedettség-mérést végző vállalat számára fontos célkitűzés. A romániai vállalkozók rangsora ettől kismértékben eltér. Legfontosabb a termékfejlesztés (45%), melyet a vevői elvárások korai felismerése (34%), majd pedig a kommunikáció fejlesztése (31%) követ.

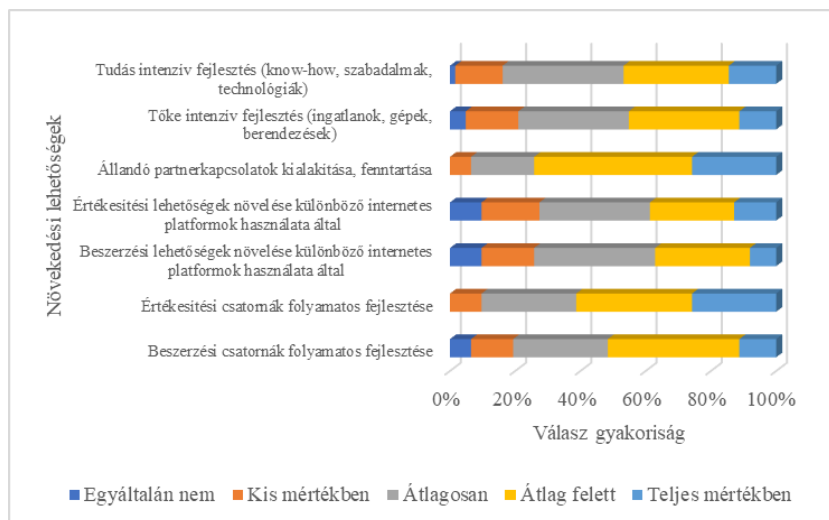
A vállalkozások növekedésének lehetőségeit egy 5 fokozatú Likert-skála segítségével (1- egyáltalán nem; 5 – teljes mértékben) értékelhették a válaszadók, hogy mennyire ítéli relevánsnak az adott lehetőséget a vállalata szemszögéből. A magyarországi vállalkozók a növekedés lehetőségeit az állandó partnerkapcsolatokban (átlag = 4,18) és a tudásintenzív fejlesztésekben (átl = 3,67) látják (38. ábra). Legkevesbe a digitális platformok használata révén növelt beszerzési lehetőségek (átl = 2,25), valamint azok folyamatos fejlesztésében (átl = 2,81) érzik a fejlődési potenciált.



**38. ábra: Vállalkozások növekedési lehetőségei Magyarországon**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

Ezzel szemben a felmérésben részt vevő romániai vállalkozók véleménye kismértékben ugyan, de eltér a magyarországi véleményektől (39. ábra). A fejlődés lehetőségét legtöbben Romániában is az állandó partnerkapcsolatokban (átlag = 3,94) látják, melyet az értékesítési csatornák fejlesztése (átl = 3,77) követ. A fejlődést legkevésbé elősegítő tényezők pedig a digitális platformok használata révén növelt beszerzési (átl = 3,1) és értékesítési lehetőségek (átl = 3,15) szerepelnek.



**39. ábra: Vállalkozások növekedési lehetőségei Romániában**

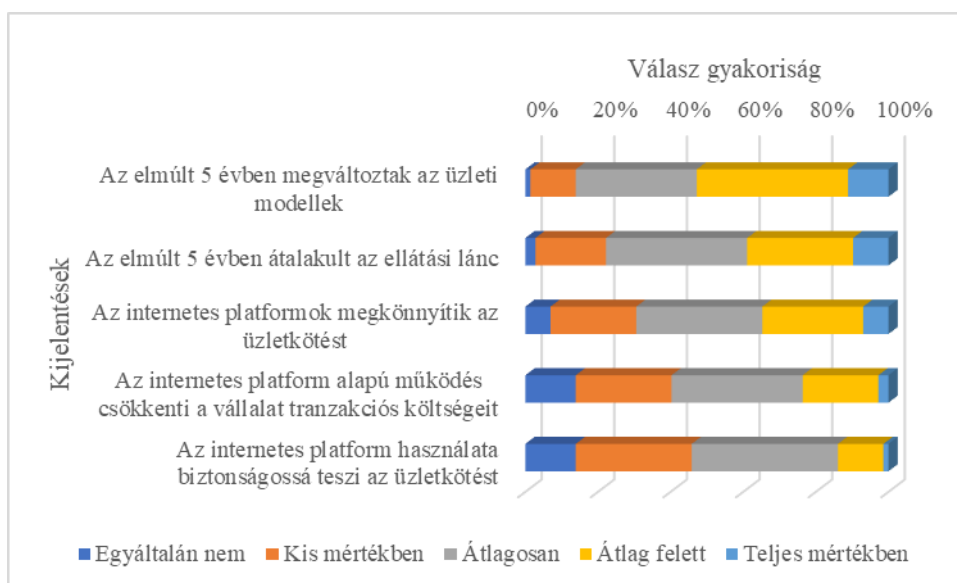
*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

A magyarországi vállalkozók nézeteit tekintve a fejlődési lehetőségekről sokkal konkrétabb, több esetben is tapasztalható volt, hogy a növekedési lehetőségekre adható pontszámok tekintetében a medián érték magasabb volt az átlagnál, egy esetben pedig éppen, hogy

alacsonyabb. A romániai vállalkozókra kevésbé volt jellemző az átlagtól való eltérés, elmozdulás.

Végezetül a vállalkozások ugyancsak egy 5 fokozatú Likert-skála segítségével értékelték néhány általam fogalmazott kijelentést, egyetértésüket (5) vagy egyet nem értésüket (1) kifejezve.

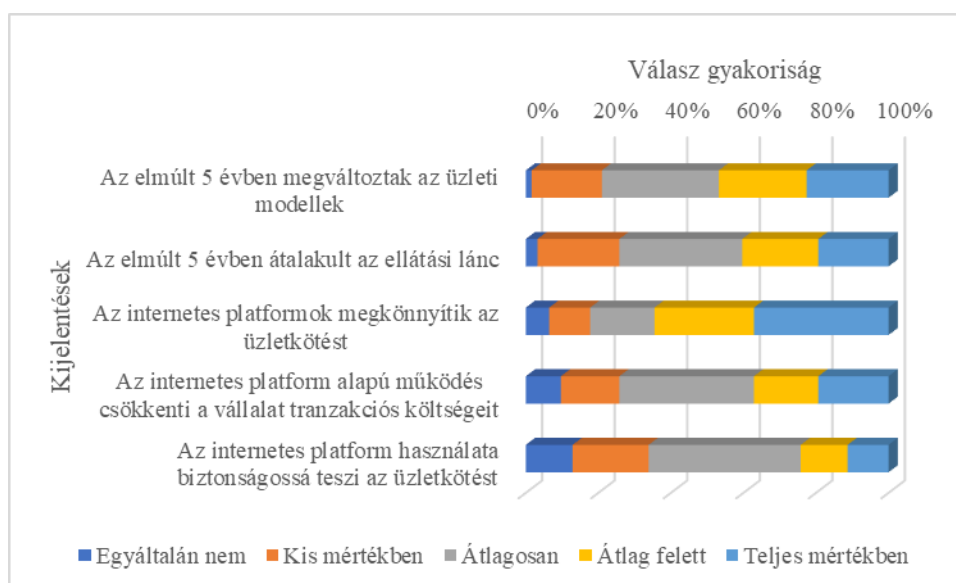
A magyarországi vállalkozók szerint az üzleti modellek (átlag = 3,49) és az ellátási lánc (3,24) átalakulásával értettek egyet leginkább (40. ábra). A tranzakciós költségek csökkenését illetően és a platformok biztonságosságával kapcsolatban már nem voltak maradéktalanul meggyőződve, az átlagértékek 2,6 körül alakultak mindkét állítás esetében.



**40. ábra: Állítások értékelése Magyarországon**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

A felmérésben részt vevő romániai vállalkozók véleménye alapján az üzletkötést a digitális hálózatok megkönnyítik (átlag = 3,77) és átalakulást tapasztalnak az üzleti modellekben (átl = 3,47) (41. ábra). Legkevésbé a biztonságra (átl = 2,89) vonatkozó kijelentéssel értettek egyet, hiszen a rangsorolások alkalmával ez a tényező volt a legalacsonyabbra értékelve.



**41. ábra: Állítások értékelése Romániában**

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

Enyhe statisztikai összefüggés (0.075 szignifikanciaszint) mutatkozott a vállalati méretkategória és ama kijelentés között, hogy „Az elmúlt 5 évben megváltoztak az üzleti modellek”. Többszörös középérték összehasonlító teszt segítségével kijelentéspárok között sikerült két helyen is szignifikáns kapcsolatot kimutatnom (29. táblázat).

**29. táblázat: Tamhane-teszt (többszörös összehasonlító teszt)**

| Multiple Comparisons                                                                                                                   |                  |                       |            |       |                         |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------|------------|-------|-------------------------|-------------|
| Dependent Variable:                                                                                                                    | Méret            |                       |            |       |                         |             |
| Tamhane                                                                                                                                |                  |                       |            |       |                         |             |
| (I) Tapasztalatait figyelembe véve, mennyire ért egyet az alábbi kijelentésekkel? > Az elmúlt 5 évben megváltoztak az üzleti modellek. |                  | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig.  | 95% Confidence Interval |             |
|                                                                                                                                        |                  |                       |            |       | Lower Bound             | Upper Bound |
| Egyáltalán nem                                                                                                                         | Kis mértékben    | -0,476                | 0,178      | 0,134 | -1,03                   | 0,08        |
|                                                                                                                                        | Átlagosan        | -,818*                | 0,167      | 0,000 | -1,31                   | -0,33       |
|                                                                                                                                        | Átlag felett     | -,778*                | 0,134      | 0,000 | -1,17                   | -0,38       |
|                                                                                                                                        | Teljes mértékben | -0,227                | 0,130      | 0,636 | -0,64                   | 0,18        |

*Forrás: Saját felmérés alapján saját szerkesztés*

Azok a válaszadók, akik az azt állították, hogy az internetes platformok *egyáltalán nem*, illetve *átlagosan* megkönnyítik az üzletkötést csoportjába tartoznak, a két kijelentés közötti átlagos különbség -0.818, tehát az *átlagosan*- t választók a nagyobb méretkategóriába sorolható vállalkozások voltak. A másik kijelentés-pár az *egyáltalán nem*, illetve *átlag felett*, itt is negatív

az átlagos különbség, tehát az *átlag felett* válaszopciót jellemzően ugyancsak a nagyobb méretkategóriát képviselő vállalkozások jelölték.

A vállalkozások érzékelik, hogy változások küszöbén állnak, melyek döntően a digitális fejlődéshez köthetőek, de erre a megoldásokat valahogy mégis hagyományos - kis túlzással, analóg - módon keresik. Elismerik, hogy az digitális platformok megkönnyítik az üzletkötést, de a bizalom kérdésére e platformokkal szemben már sokkal visszafogottabban nyilatkoznak, mondhatni, bizalmatlanok irányukba, és a lehetőségeket sem ismerték még fel, amit nyújtani tudnának. A bizalmatlanság oka lehet, hogy a digitális platformon működő vállalkozások, de nem is kell az egész vállalkozást tekinteni, elég, ha csak annak bizonyos tevékenységei köire gondolunk, melyeknek működését újra szabta/megreformálta a digitális technológia, a folyamatok a felhasználók számára leegyszerűsödtek. A felszín alatt azonban igencsak összetett rendszerek húzódnak, melyeknek működését nem teljesen látjuk át, és intézményi rendszer sem épült még ki mögé, legalább is nem olyan mértékben, hogy a bizonytalanságot megfelelően alacsony szintre tudná csökkenteni. Douglas North fogalmazta meg, hogy az intézmények eszközök a bizonytalanság csökkentésére, hogy segítségükkel kereskedhessünk, kereskedelmi kapcsolatok létesíthessünk számunkra idegen partnerekkel (NORTH, 1981). Nos ezt az intézményi „hálót” hiányolja jelen helyzetben sok vállalkozás, amikor bár érzi, észleli a lehetőséget, mégis valami visszatartja annak alkalmazásától.

Primer kutatásom nem reprezentatív, a sokaságból vett minta nem alkalmas arra, hogy általános következtetéseket vonjak le a teljes sokaságra vonatkozóan. Éppen ezért megállapításaim csak a vizsgált adatbázisra érvényesek.

## 5. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Az eredmények alapján megfogalmazható következtetések és javaslatok ismertetését a Témafelvetés és célkitűzés fejezetben megfogalmazott célkitűzésrendszer mentén kívánom elvégezni.

A PaKe vezérelt üzleti modell már több mint egy évtizede a mindennapi életünk része, megjelenési formái igencsak változatosak. Megnevezése azonban nem egységes, gyakran átfedéseket tartalmaz, mely gyakran annak függvénye, hogy mely tulajdonságait szeretnénk inkább hangsúlyozni. Első célkitűzésem ennek megfelelően az volt, az elmúlt tíz év platform alapú kereslet-elv vezérelt üzleti modellhez kapcsolódó szakirodalom alapos, átlátható és szisztematikus áttekintését követően rendszerezem a csoportosítási szempontjaikat, majd új, egységes rendezőelv alapján feltárjam a platform alapú kereslet-elv vezérelt üzleti modell fellelhető formáit, meghatározva a fogalmát és főbb jellemzőit.

A PaKe vezérelt üzleti modellnek két alapvető jellemzője van: (1) platform alapon működik és (2) kereslet-elv vezérelt. Ez az üzleti modell az átmenetileg vagy tartósan ki nem használt javak kölcsönzésén, vagy újra felhasználásán keresztül, továbbá az új termékek online piactereken történő értékesítésével a kereskedelmi érték felszabadítását magába foglalja. A PaKe vezérelt üzleti modellt két csoportra szűkítettem: újraelosztó piac és termékszolgáltató rendszerek piacára. A két csoport közötti különbség a tulajdonjog átruházása, vagy a tulajdonjog átruházásának a hiánya. Mind az újraelosztó piac, mind pedig a termékszolgáltató rendszerek csoportja tovább bővíthető, tovább osztható újabb két alcsoportra, annak függvényében, hogy ki a felelős a szolgáltatás nyújtásáért: jogi személy, avagy egy magánszemély (peer). Ezen a ponton került bevezetésre a PaKe két alkategóriája, mely az közösségi gazdaság (SE) és az együttműködő fogyasztás (CC). Az SE-ben a szolgáltató egy magánszemély és a tranzakciók p2p és p2b konfigurációban valósulnak meg. Ezzel szemben a CC-ben a szolgáltató egy üzleti vállalkozás, tehát jogi személy, melynek tevékenysége jellemzően profitorientált, a tranzakciók pedig b2p és b2b konfigurációban valósulnak meg. Mindazonáltal a tranzakció megvalósulási módja ugyanaz: csoport szerveződik egy üzleti lehetőség körül, hogy a digitális platformok segítségével reagáljon egy üzleti lehetőségre.

Az egyértelmű és átfedésektől mentes PaKe vezérelt üzleti modell rendszertanának megalkotásával az **1.Hipotézist (H<sub>1</sub>) elfogadottnak tekintem**, mely szerint:

*A gazdasági szereplők közötti csere a p2p, p2b, b2p és b2b, azaz a piacterek lehetőséget biztosítanak a kereslet-elv vezérelt, platform alapú vállalkozások fogalmi körének lehatárolására.*

Az EB 2016-os kérdőívét alapul véve, és annak megfelelően a 2018-as és 2021-es kérdőívből származó kérdéseket (6. táblázat) az együttműködési platformok ismertségére utaló jeleket állapítottam meg a vásárlói oldalt alapul véve. A növekedés nem nagy léptékű, ugyanakkor a növekedési tendencia egyértelműen kivehető. A szolgáltatói oldalt képviselők száma 2016-ot követően 2018-ban növekedett, Magyarország esetében négyszeresére nőtt azok aránya, akik részt vettek, mint szolgáltató az együttműködési platformok valamelyikén. 2021-ben azonban a szolgáltatók aránya igencsak lecsökkent, vélhetően annak betudhatóan, hogy az EB a rövidtávú bérlésre szűkítette az együttműködési platformok tevékenységi körét (a kérdőívben).

A közösségi platformokon kínált szolgáltatások előnyei közül az előnyös árazását értékeli a leginkább fogyasztók mindhárom vizsgálat évben, országtól függetlenül. Az igénybevehető szolgáltatások diverzitását tekintve a magyarországi felhasználók esetében egy közel 4%-os konstans növekedés figyelhető meg a 2016-os 8%-os bázisértékhez viszonyítva. Romániában a kezdeti arány 10%-os volt, mely minden további felmérések alkalmával 10%-os növekedést produkál. A szolgáltatások értékelésének lehetősége is növekvő jelentőségű, mindkét ország esetében.

A közösségi platformok nyújtotta szolgáltatások kényelmes elérése is növekvő népszerűségnek örvend, bár kivételesen a magyarországi felhasználók értékeli inkább ezt, mint előny. Minden egyéb tényező esetében a romániai felhasználók a lelkesebbek. A szolgáltatások hátrányait vizsgálva megállapítottam, hogy a magyarországi felhasználók kezdeti szkepticizmusa az évek előrehaladtával csökkent, ellentétben a romániai felhasználókkal, ahol ennek épp az ellenkezője valósult meg; az első felmérés alkalmával a „panaszkodó” felhasználók aránya kisebb volt, mely a követő felmérések alkalmával tovább erősödött.

Mindezen megállapításokat figyelembe véve a **2.Hipotézis (H<sub>2</sub>)** állítását **részben**, csupán fogyasztói oldalról tudom megerősíteni, tehát *a PaKe vezérelt üzleti vállalkozások ismertsége folyamatosan növekszik Magyarországon és Romániában, mindhárom vizsgálati évet alapul véve a felhasználói oldalról véleménye alapján.*

Magyarország és Románia kulturális hasonlóságaira alapozva, azt feltételeztem a PaKe vezérelt vállalkozások esetében a két ország között nem lesz szignifikáns különbség, azaz homogén. Mind a négy kérdéskörre (felhasznál, szolgálat, előny és hátrány) elvégeztem a homogenitásvizsgálatot, és az alábbi következtetéseket vontam le:

A felhasználói oldal véleményére elvégzett homogenitásvizsgálat alapján elmondható, hogy a két ország nem homogén, szignifikáns eltérés van. A platform alapon nyújtott szolgáltatásokat ismertsége mindhárom vizsgált évben magasabb volt Magyarországon, azonban a rendszeres

használat inkább a romániai felhasználókra jellemző. Bár kisebb a romániai felhasználók aránya, azonban ők nagyobb valószínűséggel lesznek visszatérő fogyasztók, mint magyarországi szomszédjaik.

A szolgáltatói oldal véleményt tükröző adatok alapján elvégzett homogenitásvizsgálat eredménye, hogy a vizsgált évek egyikében sem homogén a két ország, a válaszok eloszlásában szignifikáns eltérés van. A magyarországi felhasználókra kevésbé jellemző az alkalmoszerű szolgáltatás, a kísérletezés, új dolgok kipróbálásának hajlandósága mérsékeltebb, mint a romániai felhasználók esetében.

A platform alapon kínált szolgáltatások előnyeinel is azt az eredményt kaptam, hogy a vizsgált évek egyikében sem homogén a két ország, tehát a válaszok eloszlásában szignifikáns eltérés van. A három vizsgált év alapján elmondható, hogy a romániai felhasználók inkább nyitottak az újdonságok felé, szívesen próbálnak ki új dolgokat.

A tapasztalt hátrányok tekintetében 2016-ban sikerült kimutatnom homogenitást. Egyébként ez volt az egyetlen eset, amikor a két ország válaszadóinak véleménye, tehát a válaszainak az eloszlása azonos volt. A további két évben (2018 és 2021) a már szinte papírforma szerű eredményt kaptam: a két ország nem homogén, szignifikáns eltérés van. A magyarországi fogyasztók kevesebb (pozitív és negatív irányú) tapasztalattal rendelkeznek a platform alapú szolgáltatásokkal kapcsolatban, valamint a tapasztaltabb fogyasztók tájékozottabbak, kevésbé érzik leküzdhetetlen problémának az esetleges vitás helyzeteket, tehát kevesebb a panaszkodás. A romániai válaszadók véleménye alapján a platform alapú szállásslátogatás negatív hatásai jelentősek, hiszen ők szignifikánsan gyakrabban jelöltek meg negatív hatásokat, mint a magyarországi szomszédjaik.

Mindezek alapján megállapítottam, hogy a **3.Hipotézis (H<sub>3</sub>)** hamis, tehát **elutasítom** azt az feltevést, hogy *a PaKe vezérelt üzleti vállalkozások megítélése Magyarországon és Romániában homogén, mindhárom vizsgálati évet alapul véve.*

Az EB együttműködő gazdaságra vonatkozó 2018-as felmérése alapján arra kerestem a választ, hogy Magyarország és Románia esetében hogyan viszonyul a szolgáltatói és a fogyasztói oldal a digitális platformokhoz.

Elemzéseim során megállapítottam, hogy a két ország esetében a szolgáltatói oldalon legnagyobb valószínűséggel (15-20%) fiatal, 16-25 év közötti, vállalkozóként tevékenykedő vagy foglalkoztatotti státuszban lévők vannak jelen, és az életkor előrehaladtával, növekedésével, a platformalapú szolgáltatásnyújtási hajlandóság valószínűsége csökken. Magyarországon a nemek között nincs szignifikáns eltérés, Romániában viszont igen. A

romániai nők szolgáltatási kedve szignifikánsan különbözik a férfiakétól, és a negatív együtttható a csökkenő irányba mutat. A fizikai dolgozó és a nem dolgozó státuszba tartozók kategóriája viszont szignifikánsan eltér, és az életkor előrehaladtával a fizikai dolgozók esetében mutatható ki leginkább a részvételi valószínűség csökkenése.

Platform alapon kínálni szolgáltatásokat feltételez némi digitális felkészültséget, és ez magyarázatként szolgál a foglalkoztatotti státusz kapcsán tapasztalt eltérésekre, mint ahogy az életkor is azt igazolja, hogy a fiatalabb korosztály otthonosabban mozog a digitális hálózatok világában.

Mindezek alapján a **4. Hipotézis (H<sub>4</sub>)** állítását, mely szerint *szignifikáns összefüggés van a szolgáltatásnyújtási hajlandóság és a válaszadók kora, neme, valamint foglalkoztatotti státusza között Magyarországon és Romániában elfogadom.*

A két ország esetében a keresleti oldalon legnagyobb valószínűséggel (45-60%) fiatal, 16-25 év közötti, vállalkozóként tevékenykedő vagy foglalkoztatotti státuszban lévők jelennek meg, mint fogyasztók, ezt követően egy csökkenő tendencia figyelhető meg a platformalapú szolgáltatások igénybevételének valószínűsége kapcsán. A nemek között nem mutattam ki szignifikáns eltérést, tehát azonos módon viselkednek. A fizikai dolgozó és a nem dolgozó státuszba tartozók kategóriája viszont szignifikánsan eltér a másik két foglalkoztatotti csoporttól, és az életkor előrehaladtával a fizikai dolgozók esetében mutatható ki leginkább a részvételi valószínűség csökkenése.

Ennek alapján az **5. Hipotézist (H<sub>5</sub>)**, mely szerint *szignifikáns összefüggés van a platform alapon kínált szolgáltatások igénybevétele és a válaszadók kora, neme, valamint foglalkoztatotti státusza között Magyarországon és Romániában elfogadom.*

A hatodik hipotézis (H<sub>60</sub>) szerint a DESI indexek változása alapján feltételeztem, hogy nincs konvergencia, azaz közeledés a tagállamok között. A  $\sigma$ -konvergenciát három egységben elemeztem: elsőként az EU-27 egészére vizsgálva, majd az EU-14 országai végül pedig a 2004-ben és azt követően csatlakozott államok csoportját. 2016-2021 közötti időszakban a tagállamok összetartása figyelhető meg, mind a három vizsgálati egységben, azonban az összetartás üteme eltérő, az EU tagállamaiban, 5,16% és 9,65% között mozog. A legnagyobb ütemben Görögország fejlődött, míg az ellenkező oldalon Lettország áll. A kelet európai bővítések során csatlakozott államok közül Lengyelország mutatja a legnagyobb fejlődési átlagot (9,34%). A DESI index alapján az EU egészét tekintve  $\beta$ -konvergencia mutatható ki, évi átlagban 3,45%-os volt a fejlettségi rés zsugorodásának mértéke. A változás pedig szignifikánsan igazolható. Ennek alapján meghatározható volt a felzárkózás felezési ideje.

Megállapítottam, hogy a 3,45%-os konstans felzárkózási ütemhez megközelítőleg 20 év felezési idő szükséges. Tudomásom szerint más szakírók ezzel a problémával nem foglalkoztak, nem jelent meg ezzel kapcsolatos előrejelzés, adat.

A  $\sigma$ - és  $\beta$ -konvergencia vizsgálatok azt támasztották alá, hogy igenis létezik közeledés a DESI index esetében az EU tagállamai között, vagyis a  $H_6$  nullhipotézisét **elvetettem**.

A 7.Hipotézis ( $H7_0$ ) értelmében *feltételeztem, hogy a PCA elemzéssel kapott első dimenzió komponenseinek (változóinak) hozzájárulása megegyezik az EB által megadott súlyokkal*. Számításaim azt mutatták, hogy a változók hozzájárulása az adott komponenshez némileg eltér a DESI index számításánál jelenleg is alkalmazott eljárástól, de azért elég közel van az EB által egyenyeves súlyozáshoz. Mindkét vizsgálat (2016, 2021) azt támasztja alá, hogy az első komponens, azaz a Humán tőke nagyobb súllyal szerepel, mint az eredetileg alkalmazott 25%. Mindezek alapján a hetedik (**H7**) **nullhipotézisemet is elvetettem**. Egyben megfontolásra javaslom az egyenyeves súlyozás módosítását a DESI index számítása során, és hogy a Humán tőke nagyobb súllyal szerepeljen.

Folytatva ezt a gondolatmenetet a 8.Hipotézis igazolása következett, miszerint *a DESI index látens változóinak átlaga és varianciája a 2016-2021 időszakban nem igazolja a Máté-hatást*. Elemezve a DESI indexek növekedésének mértékét, valamint azok varianciáját megállapítottam, hogy a variancia 10%-kal nagyobb mértékben nőtt, mint a DESI index. Hat év elteltével ugyanazon országok találhatók a rangsor élén, és ugyanazok a végén, tehát a hátrányból nem, hogy ledolgozni nem sikerült, hanem tovább is nőtt. Az eltérés szignifikanciáját F próba vizsont nem igazolta. A Máté-hatás sejtése 2016-2021 időszakban bár szignifikánsan nem igazolható, tendencia jelleggel utal annak meglétére, vagyis az nyolcadik (**H8**) **hipotézist megerősítem**. A sejtés ugyanakkor továbbra is fennáll, amit érdemes mélyebb vizsgálatokkal igazolni. Javasolható a DESI index fő indikátorait egyenként történő statisztikai vizsgálata és elemzése.

A magyarországi és romániai vállalkozások digitális felkészültségét egy primer kutatás elemzésével mértem fel. Kutatásom nem reprezentatív, a levont következtetések csak a vizsgált adatbázisra érvényesek. A kitöltő vállalkozások döntő többsége 10 évet meghaladó régiséggel rendelkezik, KFT-ként bejegyzett mikrovállalkozásként működik a tercier szektorban. Inkább elégedetten tekintenek jelenlegi piacon elfoglalt pozíciójukra, és úgy vélik, hogy az iparágat, amelyben tevékenykednek, inkább a növekedés jellemzi. A digitális technológia fontos szerephez jut a vállalat napi működésében, de a kapott válaszok alapján ez inkább a folyamatok lebonyolításához köthető, semmint a termelési/szolgáltatási tevékenységhez. A felmérésben részt vevő romániai vállalatok fele, és a magyar vállalkozások 2/3-a rendelkezik weboldallal.

A nagyméretű vállalatok mindegyike, tevékenységi körtől függetlenül rendelkezik weboldallal. Webáruházzal csupán a vállalatok 15%-a rendelkezik, mely vállalkozások többsége (70%) B2C üzleti modell szerint működik, tehát egyenesen a végfelhasználónak értékesíti termékeit.

A digitális eszközök használatát 65% fölötti arányban fontosnak tartják a vállalkozók, hasonlóan az internetes hálózat fejlettségét, ám nem sikerült szignifikáns összefüggést kimutatnom sem a vállalati méret, sem pedig a vállalati szektor tekintetében.

A birtokolt információ, mint a növekedéshez elengedhetetlen erőforrás csupán a harmadik a felsorolt lehetőségek közül a terciér szektorban, a digitális adatelemzés (mint a növekedés elősegítője) pedig alig jellemző. A primer és szekunder szektorban ettől némileg eltérően értékelik az erőforrások fontosságát. Míg a primer szektorban a birtokolt anyagi eszközök, a birtokolt természeti erőforrások és a partneri kapcsolatok a legjelentősebbek, addig utóbbi esetben a felhalmozott emberi tőke, a partneri kapcsolatok és az egyedi gyártási technológia a legfontosabb a megkérdezett vállalkozók véleménye alapján.

Az online piactér a terciér szektor számára bír nagyobb jelentőséggel, a többi szektor esetében elhanyagolható a fontossága. A PaKe, mint a platform alapon működő vállalkozások egyik típusa, zömmel ismeretlen a kitöltők többsége (65%) előtt, aki hallott róla sem érzi úgy, hogy az különösebben veszélyeztetné a piacon elfoglalt pozícióját. Mindezek alapján **9.Hipotézis (H9)** feltevését, mely szerint *a magyarországi és a romániai vállalkozások digitálisan felkészültek, elvetettem.*

## 6. AZ ÉRTEKEZÉS FONTOSABB MEGÁLLAPÍTÁSAI, ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI

A disszertációm új és újszerű eredményei közé az alábbi tevékenységeket és megállapításokat sorolom:

1. Szekunder adatbázis primer feldolgozásán alapuló következtetésem, hogy a PaKe vezérelt üzleti modell szerint működő vállalkozások ismertsége folyamatosan növekszik Magyarországon és Romániában, mindhárom vizsgálati évet alapul véve a felhasználói oldalról véleménye alapján. Ugyanakkor igazoltam, hogy a két ország nem homogén, tehát szignifikáns eltérés tapasztalható a PaKe vezérelt vállalkozásokkal kapcsolatos véleményekben.
2. Az EB adatbázisának felhasználásával, további primer feldolgozást követően szignifikáns összefüggést mutattam ki Magyarországon és Romániában egyrészt a szolgáltatásnyújtási hajlandóság és a válaszadók kora, neme, valamint foglalkoztatotti státusza között; másrészt pedig a platform alapon kínált szolgáltatások igénybevétele és a válaszadók kora, neme, valamint foglalkoztatotti státusza között.
3. A DESI index alapján az EU egészét tekintve  $\sigma$ -és  $\beta$ -konvergenciát állapítottam meg, azaz kimutatható a tagállamok közeledése és ezzel egyidőben a fejlettségi rés zsugorodásának a mértékét is. Megállapítottam, hogy ha a  $\beta$ -konvergencia 3,45%-os értékét konstansnak tekintjük, a felzárkózási ütemhez megközelítőleg 20 év felezési idő szükséges. Elemezve a DESI indexek növekedésének mértékét, valamint azok varianciáját megállapítottam, hogy a variancia 10%-kal nagyobb mértékben nőtt, mint a DESI index. Az eltérés szignifikanciáját F próba viszont nem igazolta, a Máté-hatás sejtése 2016-2021 időszakban tendencia jelleggel utal annak meglétére.
4. A primer kutatás alapján megállapítottam, hogy magyarországi és romániai vállalkozások esetében a digitális technológiák gyakorlati alkalmazása nem számottevő, a válaszadók nagy része inkább a hagyományos üzleti modelleket preferálja és gyakorolja. Ennek köszönhetően a digitalizációban rejlő lehetőségeket a megkérdezettek nagy része nem tekinti sem veszélyforrásnak, sem potenciális versenyelőnynek, ugyanakkor a partnerkapcsolatokat és az emberi erőforrást jelölték meg növekedésük zálogának. A megkérdezettek körében a digitális technológián alapuló fejlesztések még váratnak magukra, a csupán felszínt karcoló használatban/alkalmazásban markáns változások nem várhatóak.

## ÖSSZEFOGLALÁS

A platform alapú közösségi gazdaság elméleti fogalmával először 2018-ban találkoztam, de azok szolgáltatását már azt megelőzően is igénybe vettem, a szállás- és az utazásszolgáltatás területeiről. A téma iránt mesterszakos hallgatóként kezdtem el érdeklődni, viszont doktori tevékenységem megkezdése óta tudományos igénnyel próbálom feltárni a benne rejlő összefüggéseket. A platform alapú közösségi gazdaság szakirodalma igen gazdag, lényegében azonban csak 2010-től jelentek meg tudományos igényű (WoS, Scopus) szakkikkek, illetve szakkönyvek. A téma szakirodalmi feldolgozását – ismereteim szerint – a legkorszerűbb szoftverek, módszerek és adatbázisok felhasználásával végeztem. Megállapítottam, hogy a publikációk négy nagyobb klaszterbe sorolhatók: (1) a platform alapon működő *üzleti modellek típusaihoz* kapcsolódók, (2) a platform alapú *üzleti modellek jellemzőit* fogyasztói szemszögből tárgyaló publikációk, (3) a platform alapú *turizmus és vendéglátás vizsgálatához* kapcsolódó tanulmányok és (4) a *fogyasztói magatartás és a belső motivációk módosulását* taglaló szakkikkek. A tudományos igényű publikációk áttekintését, rendszerezését követően megállapítottam, hogy a platform alapú közösségi gazdaság fogalmi lehatárolása számos megközelítéssel, de konszenzus nélkül került publikálásra az elmúlt közel másfél évtizedben. Kutatásom egyik meghatározó célkitűzése volt, hogy a dolgozatban is bemutatott számos fogalmi elhatárolást összevetve, a saját véleményemmel kiegészítve meghatározzam a platform alapú közösségi gazdaság, mint üzleti modell fogalmát és kategóriáit. Időben előttem számos, és neves szakértő foglalkozott az említett témával. Sokan közülük próbálták csoportosítani a rapid módon növekvő, azaz online vállalkozásokat. Vizsgálatom során elhatároltam a hagyományos ún. „pipeline” és kínálat elv alapján, valamint a platform alapú és kereslet elv vezérelt gazdasági modellt.

A definíció megalkotását követően, azt felhasználva kategorizáltam a platform alapú gazdaságokat. Először is alapvető elhatárolást hajtottam végre abból a szempontból, hogy az üzleti tranzakció tárgyát képező javak és eszközök tulajdonjogában történik-e változás? Így megkülönböztettem az újraelosztó piac (tulajdonjogban változás) és a termékszolgáltató rendszerek piaca (a tulajdonjogban nincs változás). Ezt követően a gazdasági szereplők közötti csere a p2p, p2b, b2p és b2b, azaz a piacterek kategorizálását használtam fel a platform alapú, kereslet-elv (PaKe) vezérelt vállalkozások fogalmi körének lehatárolására. A csere típusa szerint egyértelműen meghatároztam az „együttműködő fogyasztás” (CC) b2p, b2b, és a „közösségi gazdaság” (SE) p2p, p2b, elnevezések szabatoságát. Ez a címkézés elengedhetetlen a szakpolitikák, stratégiák és tanulmányok céljainak meghatározásához. Mintegy gyakorlati következmény, hogy az osztályozási keretrendszer segítségével a jogalkotók biztosítani tudnák,

hogy az SE és a CC, mint a PaKe alcsoportjai tisztességes piaci keretek közötti működjenek. A csoportosítási elvek mentén tisztázható a platform alapú közösségi gazdaság megjelenési formáinak, sajátosságainak, egyedi jellemzőinek típusai. Ezek a típusok lehetőséget adhatnak a különböző platform alapú közösségi szolgáltatások adó- és támogatási politikájának átgondolására, nemzeti és nemzetközi egyeztetések előkészítésére. A legtöbb p2p és p2b tranzakcióhoz más megközelítést igényelnek, mint a b2b és b2p tranzakciók. Az előbbi a már használt és megadózott árú vagy szolgáltatások eladását/megosztását jelenti, ellentétben a b2b és b2p tranzakciókkal. A p2p és p2b tranzakciók inkább támogatásra determináltak, több szempontból is, míg a b2b vagy b2p tranzakciók elsődlegesen adókötelesek. A p2p, p2b ügyletek esetében az eladó vagy bérbeadó magánszemély, és a csere tárgyát képező termék korábban többször is adózott; pl. személyi jövedelemadó, forgalmi adó, önkormányzati adó stb. formájában. Természetesen, mindezek szigorú feltárásához számos további kutatásra van szükség.

A definíció és a kategóriák elméleti meghatározását nemzetközi szaklapokban, konferenciákon és hazai publikációkban tettem közzé, melyekre a dolgozat beadásakor 37 hivatkozás lelhető fenn az MTMT adatbázisában, melyből Scopus hivatkozás 7.

A fogalmi kategóriák tisztázását követően, illetve azzal egyidőben szekunder adatbázisra építve primer elemzéseket végeztem. Az EB felkérésére a brüsszeli Kommunikációs Főigazgatóság 2016 óta eddig három ízben mérte fel a közösségi gazdaság használatát az Európai Unió tagállamaiban. A felmérések célja, hogy képet kapjon a lakosság felfogásáról, hozzáállásáról a platform alapú eszközök használatát illetően. Sokat mondó az a megállapítás, miszerint a három vizsgált év átlagait tekintve 90% körül volt azoknak az aránya, akik soha nem kínáltak semmiféle szolgáltatást közösségi platformokat felhasználva, és nem is fontolgatják ennek a lehetőségét. Vizsgálódásom során a teljes adatbázis elemzésével is foglalkoztam, doktori értekezésemben viszont döntően Magyarország és Románia adataiból végeztem mélyebb elemzéseket. Összesen négy hipotézist fogalmaztam meg. A hipotézisek igazolására/elvetésére statisztikai programokat használtam. Ennek során megállapítottam, hogy a PaKe szolgáltatásokat az válaszadók kis hányada alkalmazza. Nehezítette az adatfeldolgozást, hogy a három felmérés nem volt konzekvens (évenként más kérdések kerültek megfogalmazásra). Ahol lehetett, ott részletes elemzést végeztem a két ország vonatkozásában. Bár a vizsgált két ország szomszédos, a közelség ellenére lényeges eltérések mutatkoznak, statisztikai értelemben nem homogének, szignifikáns eltérést mutattam volt a két ország között, a válaszadók véleménye alapján. Ilyen volt például, hogy a romániai felhasználók inkább nyitottak az újdonságok felé, szívesen próbálnak ki új dolgokat, mint a magyarországiak. A téma

elterjedésével kapcsolatban kiemelhető, hogy csökkent a bizalmatlanság a digitális tranzakciókkal szemben, ugyanakkor hátrány, hogy a szolgáltató platformokon található fogyasztói értékelések és vélemények – a válaszadók szerint – sok esetben nem a valóságot tükrözik. A személyes adatokkal történő visszaélés, mint lehetséges hátrány minden tizedik felhasználóban felmerül. Összességében a négy hipotézisből kettőt ( $H_4$ ,  $H_5$ ) elfogadtam, igazoltam, egyet ( $H_3$ ) elutasítottam, egyet pedig ( $H_2$ ) csak részben tudtam igazolni. Bizonyítást nyert, hogy szignifikáns összefüggés van a platform alapú szolgáltatásnyújtási, és a válaszadók kora, neme, valamint foglalkoztatotti státusza között Magyarországon és Romániában. Hasonló összefüggést tudtam kimutatni a platform alapon kínált szolgáltatások igénybevételi hajlandóság és a válaszók kora, neme és foglalkoztatotti státusza között is, a két ország viszonylatában. Foglalkoztatotti státusztól függetlenül kijelenthető, hogy az életkor előrehaladtával a platformalapú szolgáltatásnyújtási és szolgáltatás igénybevételi hajlandóság valószínűsége csökken. Magyarországon a nemek között nincs szignifikáns eltérés, Romániában egy esetben szignifikáns eltérés kimutatható a szolgáltatásnyújtási hajlandóság vizsgálatakor. Ennek magyarázata lehet, hogy Romániában a vállalkozói szféra inkább a férfiak közege, a női vállalkozók aránya 1/3-os. Valószínű helytálló az a következtetés, hogy vizsgált két országban a PaKe szolgáltatások (nyújtás- és igénybe-vétel) a fiatal vállalkozók és a fiatal alkalmazottak korosztályban népszerűbbek. Amennyiben az adott területet egy kormányzat, vagy önkormányzat valamilyen okból (munkanélküliség csökkentése, körforgásos gazdaság elterjesztése stb.) támogatni kíván, akkor célzottan számukra érdemes programokat-támogatásokat meghirdetni.

A kutató munka következő fázisában arra kerestem a választ, hogy PaKe szolgáltatások igénybevétele, illetve használata, valamint az adott ország informatikai fejlettsége között van-e kapcsolat. A vizsgálatot elősegítette, hogy az Európai Bizottság 2014 óta nyomon követi a tagállamok digitális fejlődését a digitális gazdaság és társadalom mutatójának (DESI) jelentései révén. A mutató elég komplex, hiszen az infrastrukturális felkészültségen túl, a gazdaság (vállalkozások), a lakosság (humán erőforrás) és a közszolgáltatások digitalizációját is tartalmazza. Itt azt szerettem volna feltárni, hogy van-e különbség a tagországok között, és ha igen, mi az oka az egyes országok lemaradásának, és ezek a lemaradások mely területeken mutatkoznak? Vizsgáltam, tudnak-e együttesen, vagy külön-külön fejlődni, és ha igen, akkor az egyes tagországoknak, vagy tagország csoportoknak hány évet vesz igénybe, hogy beérjék egymás fejlődését? Minél inkább mélyebbre merültem az elemzések sokaságában, annál inkább bizonytalanabbá váltam. A dolgozat ezen részén a fókusz a PaKe vállalkozásokról, mint eddigi elsődleges vizsgálati célpont, átkerült annak háttér „intézményére”, a digitális felkészültségre!

Először is azt feltételeztem, hogy a tagállamok közötti DESI index alapján kimutatható egyfajta közeledés, vagyis a digitális fejlődés mutatószámai konvergálnak. Ezeket a vizsgálatokat kétfajta konvergencia elemzésnek vetettem alá. Eredményként statisztikailag igazolhatóan a  $\sigma$ - és  $\beta$ -konvergencia vizsgálatok azt támasztották alá, hogy létezik közeledés a DESI index esetében az EU tagállamai között. A DESI indexet alkotó négy főmutató (humán tőke, hálózati összekapcsoltság, digitális technológiák vállalati integráltsága és a közszolgáltatók digitalizáltsága) aggregált elemzése esetében statisztikailag igazolhatóan kimutatható a tagállamok egymáshoz való közeledése, azaz konvergenciája 2014-2021 időszakban. A  $\beta$ -konvergencia értékének változatlansága mellett, tehát a konstans felzárkózási ütemhez megközelítőleg 20 év felezési idő tartozik. A DESI indexet alkotó mutatókat egyenként és részleteiben elemeztem, melyet több tudományos publikáció keretében közöltem, és nemzetközi konferenciákon is előadtam. A konvergenciákra vonatkozó számításaim az EB DESI indexre vonatkozó 2022-es kiértékelésében is helyet kapott immáron. Ezt megelőzően az EB nem foglalkozott a tagállamok konvergenciájának mérésével.

A DESI index mélyebb, ún. főkomponens elemzése alapján feltártam, hogy az EB által javasolt és alkalmazott főmutatónkénti 25%-os súlyozás nem a legmegfelelőbb! Számításokkal alátámasztott vizsgálataim azt jelzik, hogy a „humán tőkét”, azaz az első tényező súlyát nem 25 %-kal, hanem annál magasabb százalékkal érdemes figyelembe venni az aggregált mutató értékének számításakor.

A DESI index alapos elemzése során egy sejtés merült fel bennem, melynek gyökerei a Máté evangéliumáig vezetnek vissza, a köztudat pedig csak Máté-hatásként emleget: „a gazdagok gazdagabbak, a szegények pedig szegényebbek lesznek”. A Máté-hatás egy olyan kifejezés, amely a társadalomban a felhalmozott előny fogalmát írja le. Azt állítja, hogy azok az emberek, akik előnyös helyzetből indulnak, mint például intelligencia, hírnév, vagyon vagy képesség, lehetőséget kapnak arra, hogy másokhoz képest több ilyen előnyre tegyenek szert. A Máté-hatás sejtése 2016-2021 időszakban bár szignifikánsan nem igazolható, tendencia jelleggel utal annak meglétére. A sejtés ugyanakkor továbbra is fennáll, amit érdemes mélyebb vizsgálatokkal igazolni. Az EU digitalizációs előrehaladásához/konvergenciájához és a Máté-hatáshoz kapcsolódó elemzéseimet publikáltam az MDPI Mathematics című folyóiratában, amely eddig az egyik legtöbbet hivatkozott tudományos publikációm: 23 hivatkozás az MTMT-ben, melyből Scopus hivatkozás 8.

Ezen vizsgálataimnak összegzése viszont azt erősítette meg, hogy érdemes primer kutatásokat végezni a digitalizáció vállalati alkalmazásának területein. A magyarországi és romániai vállalkozások digitális felkészültségét egy primer kutatás elemzésével mértem fel. A felmérés

ugyan nem reprezentatív, de igen is komoly tájékoztató jellegű információkkal szolgálhat a további vizsgálatok szempontjából. A kitöltő vállalkozások döntő többsége KFT-ként bejegyzett mikro vállalkozásként működik a tercier szektorban. Magyarországi és romániai vállalkozások esetében a digitális technológiák gyakorlati alkalmazása nem számottevő, a válaszadók nagy része inkább a hagyományos üzleti modelleket preferálja és gyakorolja. Ennek köszönhetően a digitalizációban rejlő lehetőségeket a megkérdezettek nagy része nem tekinti sem veszélyforrásnak, sem potenciális versenyelőnynek, a partnerkapcsolatokat és az emberi erőforrást jelölték meg növekedésük zálogának. A megkérdezettek körében a digitalizációs technológiák fejlesztése még várat magára, használatukban/alkalmazásuk szélesebb körben való elterjedése nem valószínű.

A kérdőívek kiértékelését követően elmondható, hogy a mintában szereplő magyarországi és romániai vállalkozások nincsenek tisztában azzal, hogy milyen fenyegetést jelenthet a működésükre a saját területükön kínált platform alapú alternatíva, illetve ennek ellentétjeként, lehetőségeinek tényyszerűségével. Ezek a vállalkozások, bár online töltötték ki a kérdőívet, vagyis digitális technológiát alkalmazó vállalkozók, vállalkozások, a digitalizáció szélesebb spektrumát, továbbá a vállalati működésben történő mélyebb alkalmazástól még messze állnak. Gondolok itt a digitális technológia vívmányainak a vállalkozás szolgálatába állításáról, melynek eredményeként növelhető lenne a bevétel, költségeit optimalizálhatná, növelve ugyanakkor a vállalati hatékonyságot, az ügyfélelégedettséget, vagy akár a vállalati versenyelőnyt. A digitális technológiát integrálva az üzleti folyamatokba, lehetővé válik, hogy a vállalkozó és a munkatársak akár távolról is intézkedhessenek. A digitális technológia bevonása révén a szervezet agilissá tehető, központi elemként az ügyfélelégedettséggel.

Szekunder kutatások primer feldolgozása alapján, illetve a primer kutatásom alapján elmondható, hogy a PaKe vezérelt gazdaság még nincs az érdeklődés középpontjában sem nemzeti kormányzati, sem nemzetgazdasági (EU) szempontból, olyan szempontból, hogy eldönthető lenne azok támogatása, vagy visszaszorítása. Már korábban jeleztem, hogy a PaKe gazdaságok nagyon is újszerű, rapidan növekvő szegmensét alkotják a gazdaságnak. Személyes véleményem az, hogy az általam megalkotott definíció, és csoportosítás alapján eldönthető lenne ezek egyértelmű támogatása és az adózás rendjének kialakítása. Mindezekről a dolgozatomban és a korábbi publikációimban részletesen beszámoltam.

## SUMMARY

Since 2018, I have worked with the theoretical concept of a platform-based social economy, but I have already used their services in accommodation and travel. Firstly, I became interested in the topic during my master's studies, but since starting my PhD studies, I have been academically interested in exploring its interconnections. The literature on the platform-based community economy is vast, but only since 2010 have articles and textbooks with a scientific focus (WoS, Scopus) been published. To my knowledge, the literature on this topic has been developed using state-of-the-art software, methods and databases. I found that the publications were classified into four major clusters: (1) publications related to *types of platform-based business models*, (2) publications discussing the *characteristics of platform-based business models* from a consumer perspective, (3) studies related to the study of *platform-based tourism and hospitality*, and (4) articles discussing changes in *consumer behaviour and intrinsic motivations*. After reviewing and systematising the publications of academic interest, I found that the conceptual definition of platform-based community economy has been published with various approaches but without consensus over the past nearly one and a half decades. One of the main objectives of my research was to define the concept and categories of the platform-based community economy as a business model by comparing the various conceptual definitions presented in this thesis and adding my opinion. In the meantime, several renowned experts have dealt with this topic. Many of them have tried to categorise fast-growing, i.e. online, businesses. In my analysis, I have distinguished between the traditional 'pipeline' and supply-driven business models and the platform-based and demand-driven ones.

After creating the definition, I used it to categorise platform economies. First, I made a fundamental distinction regarding whether there is a change in the ownership of the goods and assets that are the subject of the business transaction. Thus, I distinguished between the market for redistribution (change in ownership) and the market for product supply systems (no change in ownership). I then used the categorisation of exchanges between economic agents as p2p, p2b, b2p and b2b, i.e., marketplaces, to delineate the conceptual scope of platform-based, demand-driven (PbDd) enterprises. I have clearly defined the specificity of the terms "cooperative consumption" (CC) b2p, b2b, and "social economy" (SE) p2p, p2b, by type of exchange. This labelling is essential to define the objectives of policies, strategies and studies. As a practical implication, the classification framework would help legislators ensure that SE and CC, sub-groups of PbDd, operate within a fair market framework. Along the grouping principles, the types of manifestations, characteristics and specific features of the platform-based social economy can be clarified. These types can provide an opportunity for rethinking

tax and support policies for the various platform-based community services and for preparing national and international discussions. Most p2p and p2b transactions require a different approach than b2b and b2p transactions. The former involves the sale/sharing of goods or services that have already been used and taxed, unlike b2b and b2p transactions. P2p and p2b transactions are more subsidy-determined in more ways than one, while b2b or b2p transactions are primarily taxable. In the case of p2p and p2b transactions, the seller or lessor is an individual, and the product being exchanged has been taxed several times in the past, e.g. in the form of personal income tax, sales tax, and municipal tax, among others. Of course, much further research is needed to explore all this rigorously.

I have published the definition and theoretical definition of the categories in international journals, conferences and national publications, of which 37 references are available in the MTMT (*Hungarian Science Bibliography*) database at the time of submission, of which 7 are Scopus references.

After clarifying the conceptual categories and in parallel, I conducted primary analyses based on a secondary database. At the request of the EC, the Directorate General for Communication in Brussels has conducted three surveys on the use of the community economy in the EU Member States since 2016. The surveys aim to understand the public's perceptions and attitudes towards platform-based tools. On average, over the three years surveyed, around 90% of people have never offered any service using social platforms and are not considering doing so. While I have also analysed the whole database, my doctoral thesis mainly uses data from Hungary and Romania for deeper analysis. I formulated four hypotheses in total. I used statistical programs to verify/test the hypotheses. In doing so, I found that PbDd services are used by a small proportion of respondents. Data processing was complicated because the three surveys were inconsistent (different questions were asked each year). I have carried out a detailed analysis of the two countries where possible. Although the two countries under study are neighbouring, despite the proximity, there are significant differences, not statistically homogeneous; I found a significant difference between the two countries based on the respondents' perceptions. For example, Romanian users are more open to new things and willing to try new things than Hungarian users. In terms of uptake, it is notable that there is less distrust of digital transactions. However, it is also a drawback that consumer ratings and opinions on service platforms often do not reflect reality, according to respondents. The potential disadvantage of misuse of personal data is raised by one in ten users. Overall, two of the four hypotheses (H4, H5) were accepted and confirmed, one (H3) was rejected, and one (H2) was only partially confirmed. It was proved that there is a significant relationship between platform-based service provision and

the age, gender and employment status of respondents in Hungary and Romania. I also showed a similar correlation between the willingness to use platform-based services and the age, gender and employment status of respondents in the two countries. Regardless of employment status, it can be stated that the likelihood of offering and using platform-based services decreases with age. In Hungary, there is no significant difference between genders, while in Romania, a significant difference can be found in one case when examining the propensity to provide services. The difference may be explained by Romania's entrepreneurial sector being more male-dominated, with a 1/3 share of female entrepreneurs. It is probably correct to conclude that PbDd services (provision and use) in the two countries under study are more popular among young entrepreneurs and employees. If a government or municipality wants to support the area for some reason (reducing unemployment, promoting the circular economy, among others, it is worthwhile to target programs and subsidies at them.

In the next phase of the research, I wanted to find out if there is a link between the use of PaKe services and the IT development of the country. The study was facilitated by the fact that since 2014 the European Commission has been monitoring the digital development of Member States through the Digital Economy and Society Index (DESI) reports, which is a complex indicator that includes not only infrastructure readiness but also the digitalisation of the economy (businesses), the population (human resources) and public services. Here, I wanted to find out whether there are differences between the Member States and, if so, what are the reasons for the gaps between countries and in which areas. I have examined whether they can develop together or separately and, if so, how long does it take for each member country or group of member countries to catch up with each other? The deeper I dived into the many analyses, the more uncertain I became. In this part of the thesis, the focus has shifted from PbDd enterprises as the primary focus of study to its background 'institution', digital readiness!

Firstly, I assumed that the DESI index between Member States would show a convergence, i.e., digital development indicators would converge. I subjected these to two types of convergence analysis. As a result, the  $\sigma$ - and  $\beta$ -convergence analyses provided statistically verifiable evidence that convergence exists for the DESI index between EU Member States. An aggregate analysis of the four main indicators that comprise the DESI index (human capital, network connectivity, digital technology business integration and digitalisation of public services) shows statistically verifiable convergence between Member States over the period 2014-2021. Assuming that the value of  $\beta$ -convergence remains unchanged, a constant catching-up rate implies a half-life of approximately 20 years. The indicators that make up the DESI index have been analysed individually and in detail, published in several academic publications and

presented at international conferences. Calculations on convergence have now been included in the 2022 survey evaluations of the DESI index executed by EC. Before this, the EC had not been involved in measuring the convergence of Member States.

Based on a deeper principal component analysis (PCA) of the DESI index, I have revealed that the EC's 25% weighting per main indicator proposed and used is not the most appropriate. My calculations indicate that the weight of the first main indicator, "human capital", should not be considered in calculating the aggregate index value at 25% but at a higher percentage.

In my careful analysis of the DESI index, a conjecture emerged which has its roots in the Gospel of Matthew and is commonly referred to as the Matthew effect: "the rich get richer, and the poor get poorer". The Matthew effect is a term that describes the concept of accumulated advantage in society. It argues that people who start from a position of advantage, such as intelligence, fame, wealth or ability, are allowed to gain more of that advantage relative to others. Although not significantly confirmed, the conjecture of a Matthew effect over the period 2016-2021 tends to suggest its existence. However, the assumption remains and is worth confirming with more in-depth studies. I have published my analyses related to the EU's digitalisation progress/convergence and the Matthew effect in the MDPI journal *Mathematics*, one of my most cited scientific publications to date: 23 citations in MTMT, of which 8 Scopus citations.

However, the summary of these studies confirmed that it is worthwhile to conduct primary research in the entrepreneurial areas of digital application. I measured the digital readiness of enterprises in Hungary and Romania by analysing primary research. Although the survey is not representative, it can provide important information for further studies. The vast majority of the responding enterprises operate as micro-enterprises registered as SMEs in the tertiary sector. In the case of Hungarian and Romanian enterprises, the practical use of digital technologies is not significant, with most respondents preferring and practising traditional business models. As a result, most respondents do not see the potential of digitalisation as a threat or a potential competitive advantage, and they identified partnerships and human resources as the key to their growth. Among respondents, the development of digitalisation technologies is still to come, and their use/application is unlikely to be more widespread.

After evaluating the questionnaires, it can be said that the sampled businesses in Hungary and Romania are unaware of the threat that the platform-based alternative offered in their territory could pose to their operations and, conversely, of the factual potential of this alternative. Although these businesses filled in the questionnaire online, i.e., entrepreneurs and businesses using digital technology, are far from having a broader spectrum of digitalisation and a more

profound application in their business operations. I am thinking of putting digital technology at the service of the business, which could result in increased revenue, optimised costs, and increased business efficiency, customer satisfaction or even competitive advantage. The entrepreneur and staff can take action remotely by integrating digital technology into business processes. By incorporating digital technology, the organisation can be made agile with customer satisfaction at its core.

Based on the primary processing of secondary research and my primary research, it can be said that PbDd management is not yet the focus of interest, neither from a national government nor from a national economic (EU) point of view, in such a way that it can be decided whether to support or discourage it. I have already indicated that PbDd farms are a very novel and rapidly growing segment of the economy. My personal opinion is that, based on the definition and grouping I have established, a decision could be taken to support them clearly and to establish a tax regime. I have discussed this in detail in my thesis and in my previous publications.

## IRODALOMJEGYZÉK

1. Acquier, A. – Daudigeos, T. – Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.07.006>
2. Amey, A. M. (2010). *Real-Time Ridesharing: Exploring the Opportunities and Challenges of Designing a Technology-based Rideshare Trial for the MIT Community*. (MSc), University of Calgary, Calgary, Canada.
3. Bakó, B. – Horváth, D. (2020). Termékdifferenciálás kétoldalú piacokon. *Közgazdasági Szemle*, 67(1), 1-13.
4. Baltateanu, A. M. (2020, 15-16 Oct 2020). *Digitalization. Global Challenges and Economic Prosperity Example: Romania*. Paper presented at the 8th International Academic Conference on Strategica - Preparing for Tomorrow, Today, Bucharest, ROMANIA.
5. Bánhidi, Z. – Dobos, I. (2020). Az Európai Unió digitális gazdaság és társadalom indexének statisztikai elemzése. *Statisztikai Szemle*, 98(2), 149-168.
6. Bánhidi, Z. – Dobos, I. – Nemeslaki, A. (2020). What the overall Digital Economy and Society Index reveals: A statistical analysis of the DESI EU28 dimensions. *Regional Statistics*, 10(2), 42-62. doi:<https://doi.org/10.15196/RS100209>
7. Barabási, A. L. (2020). *Behálózva* (M. Vicsek, Ford. 2th ed.). Budapest: Libri Kiadó.
8. Baranyai, Z. (2010). *Az együttműködés elméleti és gyakorlati kérdései a magyar mezőgazdasági géphasználatban*. (PhD), Szent István Egyetem, Gödöllő.
9. Bardhi, F. – Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881-898. doi:<https://doi.org/10.1086/666376>
10. Barnes, S. J. – Mattsson, J. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 200-211. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.01.006>
11. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120. doi:<https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
12. Barro, R. J. – Sala-i-Martin, X. (1992). Convergence. *Journal of Political Economy*, 100(2), 223-251. doi:<https://doi.org/10.1086/261816>
13. Barro, R. J. – Sala-i-Martin, X. – Blanchard, O. J. – Hall, R. E. (1991). Convergence Across States and Regions. *Brookings Papers on Economic Activity*, 1991(1), 107-182. doi:<https://doi.org/10.2307/2534639>
14. Basol, O. – Yalcin, E. C. (2021). How does the digital economy and society index (DESI) affect labor market indicators in EU countries? *Human Systems Management*, 40(4), 503-512. doi:<https://doi.org/10.3233/hsm-200904>
15. Bassanini, A. – Scarpetta, S. – Visco, I. (2000). Knowledge, technology and economic growth: recent evidence from OECD countries. *OECD Economics Department Working Papers*, 259, 39. doi:<https://doi.org/10.2139/ssrn.246375>
16. Bejinaru, R. (2017). Knowledge strategies aiming to improve the intellectual capital of universities. *Management & Marketing-Challenges for the Knowledge Society*, 12(3), 500-523. doi:<https://doi.org/10.1515/mmcks-2017-0030>
17. Belarmino, A. – Whalen, E. – Koh, Y. – Bowen, J. T. (2019). Comparing guests' key attributes of peer-to-peer accommodations and hotels: mixed-methods approach. *Current Issues in Tourism*, 22(1), 1-7. doi:<https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1293623>
18. Belk, R. (2014a). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *The Anthropologist*, 18(1), 7-23.
19. Belk, R. (2014b). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.

20. Belleflamme, P. – Omrani, N. – Peitz, M. (2015). The economics of crowdfunding platforms. *Information Economics and Policy*, 33, 11-28. doi:<https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2015.08.003>
21. Benkler, Y. (2004). Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale LJ*, 114, 273.
22. Benoit, S. – Baker, T. L. – Bolton, R. N. – Gruber, T. – Kandampully, J. (2017). A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors. *Journal of Business Research*, 79, 219-227. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.004>
23. Bocker, L. – Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>
24. Botsman, R. – Rogers, R. (2010a). Beyond Zipcar: Collaborative Consumption. *Business models*. <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption>
25. Botsman, R. – Rogers, R. (2010b). *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption*. London: HarperCollins Publishers.
26. Bouncken, R. B. – Kraus, S. – Roig-Tierno, N. (2021). Knowledge- and innovation-based business models for future growth: digitalized business models and portfolio considerations. *Review of Managerial Science*, 15(1), 1-14. doi:<https://doi.org/10.1007/s11846-019-00366-z>
27. Bowles, S. – Choi, J.-K. (2013). Coevolution of farming and private property during the early Holocene. *110*(22), 8830-8835. doi:<https://doi.org/10.1073/pnas.1212149110>
28. Burtch, G. – Carnahan, S. – Greenwood, B. N. (2018). Can You Gig It? An Empirical Examination of the Gig Economy and Entrepreneurial Activity. *Management Science*, 64(12), 5497-5520. doi:<https://doi.org/10.1287/mnsc.2017.2916>
29. Caldicott, R. W. – von der Heide, T. – Scherrer, P. – Muschter, S. – Canosa, A. (2020). Airbnb - exploring triple bottom line impacts on community. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 14(2), 205-223. doi:<https://doi.org/10.1108/ijcthr-07-2019-0134>
30. Camilleri, J. – Neuhofer, B. (2017). Value co-creation and co-destruction in the Airbnb sharing economy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2322-2340. doi:<https://doi.org/10.1108/ijchm-09-2016-0492>
31. Chacon, P. M. – Selvam, R. M. – Marimon, F. (2021). On the Convergence of Collaborative and Social Economy: A Quality Model for the Combined Effects. *Sustainability*, 13(4), 17. doi:<https://doi.org/10.3390/su13041907>
32. Chandler, A. (2016). What Should the 'Sharing Economy' Really Be Called? *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/05/sharing-economy-airbnb-uber-yada/484505/>
33. Cheng, M. M. – Jin, X. (2019). What do Airbnb users care about? An analysis of online review comments. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 58-70. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.04.004>
34. Chikán, A. (1997). Vállalatok és funkciók integrációja: Folyamatjellegű irányítás-alprojekt zárótanulmánya. In *Versenyben a világgal* (Vol. Z8, pp. 68). Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem.
35. Choi, H. – Cho, M. J. – Lee, K. – Hong, S. G. – Woo, C. R. (1998). The business model for the sharing economy between SMEs. *Architecture*, 6.
36. Clark, D. (2021). *Number of SMEs in the European Union 2008-2021, by size*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/878412/number-of-smes-in-europe-by-size/>
37. Coase, R. H. (1937). The Nature of the Firm. *4*(16), 386-405. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>

38. Cockayne, D. G. (2016). Sharing and neoliberal discourse: The economic function of sharing in the digital on-demand economy. *Geoforum*, 77, 73-82. doi:<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2016.10.005>
39. Cocola-Gant, A. – Gago, A. (2021). Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement: A case study in Lisbon. *Environment and Planning a-Economy and Space*, 53(7), 1671-1688. doi:<https://doi.org/10.1177/0308518x19869012>
40. Codagnone, C. – Biagi, F. – Abadie, F. (2016). The passions and the interests: Unpacking the 'sharing economy'. *Institute for Prospective Technological Studies, JRC Science for Policy Report*. doi:<https://doi.org/10.2791/474555>
41. Cohen, B. – Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279-296.
42. Cohen, B. – Munoz, P. (2016). Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework. *Journal of Cleaner Production*, 134, 87-97. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.133>
43. Condruz-Bacescu, M. (2019, 2019 April 11-12). *E-learning Market in Romania*. Paper presented at the 15th International Scientific Conference on eLearning and Software for Education (eLSE) - New Technologies and Redesigning Learning Spaces, Bucharest, ROMANIA.
44. Crossan, M. M. – Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154-1191. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
45. Curtis, S. K. – Lehner, M. (2019). Defining the Sharing Economy for Sustainability. *Sustainability*, 11(3), 25. doi:<https://doi.org/10.3390/su11030567>
46. de Solla Price, D. (1967). Network of Scientific Papers. *Science*, 149, 510-515. doi:<https://doi.org/10.1126/science.149.3683.510>
47. Dervojeda, K. – Verzijl, D. – Nagtegaa, F. – Lengton, M. – Rouwmaat, E. – Netherlands, P., . . . Luxembourg, P. (2013). The Sharing Economy; Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets. *Directorate-General for Enterprise and Industry, Directorate B "Sustainable Growth and EU 2020", Unit B3 "Innovation Policy for Growth"*, 20.
48. Dudás, G. – Boros, L. (2019). A közösségi gazdaság (sharing economy) definiálásának dilemmái= Dilemmas of defining the sharing economy. *Tér és Társadalom*, 33(1), 107-130. doi:<https://doi.org/10.17649/TET.33.1.3058>
49. Eckhardt, G. M. – Bardhi, F. (2015). The Sharing Economy Isn't About Sharing at All. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>
50. Edbring, E. G. – Lehner, M. – Mont, O. (2016). Exploring consumer attitudes to alternative models of consumption: motivations and barriers. *Journal of Cleaner Production*, 123, 5-15.
51. Edelman, B. – Luca, M. – Svirsky, D. (2017). Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a Field Experiment. *American Economic Journal-Applied Economics*, 9(2), 1-22. doi:<https://doi.org/10.1257/app.20160213>
52. Einav, L. – Farronato, C. – Levin, J. (2016). Peer-to-Peer Markets. In P. Aghion & H. Rey (Eds.), *Annual Review of Economics*, Vol 8 (Vol. 8, pp. 615-635). Palo Alto: Annual Reviews.
53. Eisenmann, T. – Parker, G. – Van Alstyne, M. W. (2006). Strategies for Two-Sided Markets. *Harvard Business Review*, 84(10), 12.
54. Eisenstein, C. (2011). *Sacred economics: Money, gift, and society in the age of transition*: North Atlantic Books.

55. Ert, E. – Fleischer, A. – Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 55, 62-73. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.013>
56. Esses, D. – Csete, M. S. – Németh, B. (2021). Sustainability and Digital Transformation in the Visegrad Group of Central European Countries. *Sustainability*, 13(11), 5833. doi:<https://doi.org/10.3390/su13115833>
57. Európai Bizottság. (2010). *Europe 2020 A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth, Communication from the Commission*. Brussels Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aem0028>
58. Európai Bizottság. (2016). Flash Eurobarometer 438 (Az együttműködési platformok használata). In. Köln.: GESIS Data Archive ZA6776 Adatfájl 1.0.0 verzió.
59. Európai Bizottság. (2018). Flash Eurobarometer 467 (Az együttműködési gazdaság használata). In. Köln: GESIS Data Archive.
60. Európai Bizottság. (2019). A közösségi gazdaságra vonatkozó európai menetrend. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP\\_16\\_2001](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_16_2001)
61. Európai Bizottság. (2021a). *Digital Economy and Society Index*. Retrieved from: <https://digital-agenda-data.eu/datasets/desi>
62. Európai Bizottság. (2021b). Digital Economy and Society Index 2021 Methodological Note. Retrieved from <https://digital-agenda-data.eu/datasets/desi/indicators> website: <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/digitalizacion-sociedad-digital/metodologia/Notas-Metodologicas-DESI.pdf>
63. Európai Bizottság. (2021c). Real GDP per capita. Retrieved 05 Nov 2021 [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg\\_08\\_10/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_08_10/default/table?lang=en)
64. Európai Bizottság. (2021d). State of the Union: Commission proposes a Path to the Digital Decade to deliver the EU's digital transformation by 2030 [Press release]. Retrieved from [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_21\\_4630](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_4630)
65. Európai Bizottság. (2022). Flash Eurobarometer 495 (Rövid távú bérlet az EU-ban). In. Köln: GESIS.
66. Farronato, C. – Fradkin, A. (2018). *The welfare effects of peer entry in the accommodation market: The case of Airbnb* (24361). Retrieved from Cambridge (MA): <http://www.nber.org/papers/w24361>
67. Fikri, I. E. – Koubaa, S. – Belhcen, L. (2019). The Motivations to Engage in Sharing Economy: A Case Study of Uber Morocco. *International Journal of Business and Administrative Studies*, 5(5), 272-281. doi:<https://doi.org/10.20469/ijbas.5.10002-5>
68. Fleaca, E. (2017). Entrepreneurial Curriculum through Digital-Age Learning in Higher Education - A Process-based Model. *Tem Journal-Technology Education Management Informatics*, 6(3), 591-598. doi:<https://doi.org/10.18421/tem63-22>
69. Folea, V. (2018, 2018). *European public policies in the area of the digital economy and society: country performance analysis*. Paper presented at the CBU International Conference Proceedings.
70. Foramitti, J. – Varvarousis, A. – Kallis, G. (2020). Transition within a transition: how cooperative platforms want to change the sharing economy. *Sustainability Science*, 15(4), 1185-1197. doi:<https://doi.org/10.1007/s11625-020-00804-y>
71. Frenken, K. (2017). Political economies and environmental futures for the sharing economy. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 375(2095), 20160367. doi:<https://doi.org/10.1098/rsta.2016.0367>
72. Frenken, K. – Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>

73. Friedman, G. (2014). Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy. *Review of Keynesian Economics*, 2(2), 171-188. doi:<https://doi.org/10.4337/roke.2014.02.03>
74. Gafta, V. (2016, 21-22 Apr 2016). *Awareness in eEducation Given by Strategies and Indicators*. Paper presented at the 12th International Scientific Conference on eLearning and Software for Education (eLSE), Bucharest, ROMANIA.
75. Gansky, L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*. New York: Portfolio Penguin.
76. Gant, A. C. (2016). Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefront. *Sociological Research Online*, 21(3), 9. doi:<https://doi.org/10.5153/sro.4071>
77. Gerwe, O. – Silva, R. (2020). Clarifying the sharing economy: Conceptualization, typology, antecedents, and effects. *Academy of Management Perspectives*, 34(1), 65-96.
78. Golovics, J. (2021). Intézmények, tökéletlen racionalitás és tranzakciós költség. *Közgazdasági Szemle*, 67., 32-46. doi:<http://dx.doi.org/10.18414/KSZ.2021.1.32>
79. Greenwood, B. N. – Wattal, S. (2017). SHOW ME THE WAY TO GO HOME: AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF RIDE-SHARING AND ALCOHOL RELATED MOTOR VEHICLE FATALITIES. *Mis Quarterly*, 41(1), 163-187. doi:<https://doi.org/10.25300/misq/2017/41.1.08>
80. Gutierrez, J. – Garcia-Palomares, J. C. – Romanillos, G. – Salas-Olmedo, M. H. (2017). The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, 278-291. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.003>
81. Guttentag, D. – Smith, S. (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*, 64, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.02.003>
82. Guttentag, D. – Smith, S. – Potwarka, L. – Havitz, M. (2018). Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation Study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342-359. doi:<https://doi.org/10.1177/0047287517696980>
83. Gyulavári, T. (2019). Hakni gazdaság a láthatáron: Az internetes munka fogalma és sajátosságai. *Iustum aequum salutare*, 15(1), 25-51.
84. Haase, M. – Pick, D. (2015). Value creation in sharing networks: Towards a typology of sharing networks. In *Interaktive Wertschöpfung durch Dienstleistungen* (pp. 439-468): Springer.
85. Hagi, A. (2009). Two-Sided Platforms: Product Variety and Pricing Structures. *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(4), 1011-1043. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2009.00236.x>
86. Hagi, A. – Wright, J. (2015). Multi-sided platforms. *International Journal of Industrial Organization*, 43, 162-174.
87. Hamari, J. – Sjöklint, M. – Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059. doi:<https://doi.org/10.1002/asi.23552>
88. Hartl, B. – Hofmann, E. – Kirchler, E. (2016). Do we need rules for "what's mine is yours"? Governance in collaborative consumption communities. *Journal of Business Research*, 69(8), 2756-2763. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.11.011>
89. Heinrichs, H. (2013). Sharing economy: a potential new pathway to sustainability. *GAIA-Ecological Perspectives for Science and Society*, 22(4), 228-231. doi:<https://doi.org/10.14512/gaia.22.4.5>
90. Herman, E. (2020, 03-04 October 2019). *The Influence of ICT Sector on the Romanian Labour Market in the European Context*. Paper presented at the 13TH International

- Conference Interdisciplinarity in Engineering (INTER-ENG 2019), Targu Mures, Romania.
91. Hermans, J. (2015). Platform Business Model Explained... in under 100 Words. *Deloitte*. <https://www2.deloitte.com/ch/en/pages/innovation/articles/platformbusiness-model-explained>
  92. Hétfa Kutatóintézet - Pannon Elemző Iroda Kft. (2012). Területfejlesztés, regionális fejlesztés, területi dimenzió vizsgálata. In: Nemzeti Fejlesztési Ügynökség.
  93. Hommel, K. – Bican, P. M. (2020). Digital Entrepreneurship in Finance: Fintechs and Funding Decision Criteria. *12*(19), 8035.
  94. Hong, S. – Lee, S. (2018). Adaptive governance and decentralization: Evidence from regulation of the sharing economy in multi-level governance. *Government Information Quarterly*, *35*(2), 299-305. doi:<https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.08.002>
  95. Horn, K. – Merante, M. (2017). Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston. *Journal of Housing Economics*, *38*, 14-24. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jhe.2017.08.002>
  96. Hotelling, H. (1933). Analysis of a complex of statistical variables into principal components. *Journal of educational psychology*, *24*(6), 417. doi:<https://doi.org/10.1037/h0071325>
  97. Iliescu, M. E. (2020, 15-16 Oct 2020). *Barriers to Digital Transnsformation in SMES: A Qualitative Exploration of Factors Affecing ERP Adoption in Romania*. Paper presented at the 8th International Academic Conference on Strategica - Preparing for Tomorrow, Today, Bucharest, ROMANIA.
  98. Jaculjakova, S. – Stofkova, K. R. (2020, 2020 March 02-04). *Analysis of Basic Digital Skills of Citizens in Selected Region*. Paper presented at the 14th International Technology, Education and Development Conference (INTED), Valencia, SPAIN.
  99. Jin, S. T. – Kong, H. – Wu, R. – Sui, D. Z. (2018). Ridesourcing, the sharing economy, and the future of cities. *Cities*, *76*, 96-104. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.01.012>
  100. Johnson, N. (2018). What are network effects? *Applico*. [www. applicoinc. com/blog/network-effects](http://www.applicoinc.com/blog/network-effects)
  101. Kenney, M. – Zysman, J. (2015). *Choosing a future in the platform economy: the implications and consequences of digital platforms*. Paper presented at the Kauffman Foundation New Entrepreneurial Growth Conference.
  102. Kenney, M. – Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in science and technology*, *32*(3), 61.
  103. Kieser, A. (1995). A tranzakciós költségek elmélete. In A. Kieser, M. Dobák, & S. Takács (Eds.), *Szervezetelméletek* (pp. 281-214). Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem.
  104. Kong, X. – Li, M. – Tang, T. – Tian, K. – Moreira-Matias, L. – Xia, F. J. I. T. o. A. S. – Engineering. (2018). Shared Subway Shuttle Bus Route Planning Based on Transport Data Analytics. *15*, 1507-1520.
  105. Koopmans, T. C. (1963). *On the concept of optimal economic growth*. Retrieved from New Heaven, Connecticut:
  106. Korom, P. (2019). A bibliometric visualization of the economics and sociology of wealth inequality: a world apart? *Scientometrics*, *118*(3), 849-868. doi:<https://doi.org/10.1007/s11192-018-03000-z>
  107. Kovacs, T. Z. – Bittner, B. – Huzsvai, L. – Nabradi, A. (2022). Convergence and the Matthew Effect in the European Union Based on the DESI Index. *Mathematics*, *10*(4), 23. doi:<https://doi.org/10.3390/math10040613>
  108. Kovacs, T. Z. – David, F. – Nagy, A. – Szucs, I. – Nabradi, A. (2021). An Analysis of the Demand-Side, Platform-Based Collaborative Economy: Creation of a Clear Classification Taxonomy. *Sustainability*, *13*(5), 20. doi:10.3390/su13052817

109. Kovács, T. Z. – Nábrádi, A. (2020). A közösségi gazdaság az EU-28-ban és népszerűségük Magyarországon és Romániában. *Régiókutatás Szemle*, 5(1). doi:10.30716/RSZ/2020/1/8
110. Kumar, V. – Lahiri, A. – Dogan, O. B. (2018). A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy. *Industrial Marketing Management*, 69, 147-160. doi:<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.021>
111. Kuncová, M. – Doucek, P. (2018). *Comparison of ICT Development in V4 Countries*. Paper presented at the 16th International Scientific Conference on Hradec Economic Days, Hradec Kralove, CZECH REPUBLIC.
112. Kuti, M. – Madarász, G. (2014). A közösségi finanszírozás. *Pénzügyi Szemle*, 59(3), 374.
113. Kwilinski, A. – Vyshnevskyi, O. – Dzwigol, H. (2020). Digitalization of the EU Economies and People at Risk of Poverty or Social Exclusion. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(7), 14. doi:<https://doi.org/10.3390/jrfm13070142>
114. Lamberton, C. P. – Rose, R. L. (2012). When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing*, 76(4), 109-125.
115. Laurenti, R. – Singh, J. – Cotrim, J. M. – Toni, M. – Sinha, R. (2019). Characterizing the sharing economy state of the research: A systematic map. *Sustainability*, 11(20), 5729.
116. Liang, L. J. – Choi, H. S. C. – Joppe, M. (2018). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 73-89. doi:<https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1224750>
117. Liang, S. – Schuckert, M. – Law, R. – Chen, C. C. (2017). Be a "Superhost": The importance of badge systems for peer-to-peer rental accommodations. *Tourism Management*, 60, 454-465. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.007>
118. López Peláez, A. – Erro-Garcés, A. – Gómez-Ciriano, E. J. (2020). Young people, social workers and social work education: the role of digital skills. *Social Work Education*, 39(6), 825-842. doi:<https://doi.org/10.1080/02615479.2020.1795110>
119. Mair, J. – Reischauer, G. (2017). Capturing the dynamics of the sharing economy: Institutional research on the plural forms and practices of sharing economy organizations. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 11-20. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.05.023>
120. Mandják, T. – Szántó, Z. (2011). Az üzleti kapcsolatok menedzsmentjének gondolati modellje. És ez miért lehet fontos a vállalati vezetők számára?(The conceptual model of management of business relations—and why it may be important for the corporate executives?). *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, 42(1), 5-16.
121. Mao, Z. X. – Lyu, J. Y. (2017). Why travelers use Airbnb again? An integrative approach to understanding travelers' repurchase intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2464-2482. doi:<https://doi.org/10.1108/ijchm-08-2016-0439>
122. Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological economics*, 121, 149-159. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>
123. Martin, C. J. – Upham, P. – Budd, L. (2015). Commercial orientation in grassroots social innovation: Insights from the sharing economy. *Ecological economics*, 118, 240-251. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.08.001>
124. Martin, C. J. – Upham, P. – Klapper, R. (2017). Democratising platform governance in the sharing economy: An analytical framework and initial empirical insights. *Journal of Cleaner Production*, 166, 1395-1406. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.123>
125. Máté 25:29. (1993). *Újszövetségi Szentírás*. In B. Gellért & D. Patrik (Eds.).

126. Matkovic, P. – Maric, M. – Rakovic, L. – Sakal, M. (2019, 11-13 November 2019). *Enhancing Digital Competences in Higher Education*. Paper presented at the 12th Annual International Conference of Education, Research and Innovation (ICERI), Seville, SPAIN.
127. Matzler, K. – Veider, V. – Kathan, W. (2015). Adapting to the sharing economy. *MIT Sloan Management Review*, 56(2), 71.
128. McDonald, L. (2014). Share Now. *Alternatives Journal*, 40(2), 23-27. doi:<https://doi.org/10.2307/45034757>
129. Merton, R. K. (1968). The Matthew effect in science: The reward and communication systems of science are considered. *Science*, 159(3810), 56-63.
130. Merton, R. K. (1988). The Matthew effect in science, II: Cumulative advantage and the symbolism of intellectual property. *Isis*, 79(4), 606-623.
131. Miller, D. (2022). The Sharing Economy and How it Is Changing Industries. *The Balance*. Retrieved from <https://www.thebalancemoney.com/the-sharing-economy-and-how-it-changes-industries-4172234> website:
132. Miller, S. R. (2016). FIRST PRINCIPLES FOR REGULATING THE SHARING ECONOMY. *Harvard Journal on Legislation*, 53(1), 147-202.
133. Min, S. – So, K. K. F. – Jeong, M. (2019). Consumer adoption of the Uber mobile application: Insights from diffusion of innovation theory and technology acceptance model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(7), 770-783. doi:<https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1507866>
134. Mody, M. A. – Suess, C. – Lehto, X. (2017). The accommodation experiencescape: a comparative assessment of hotels and Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2377-2404. doi:<https://doi.org/10.1108/ijchm-09-2016-0501>
135. Mohlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207. doi:10.1002/cb.1512
136. Molnár, C. (2017). Sharing economy: Lyuk kell, nem fúrógép. *Magyar Nemzet*. <https://molnarcaba.wordpress.com/2017/03/31/sharing-economy-lyuk-kell-nem-furogep/>
137. Morozov, E. (2013). The 'sharing economy' undermines workers' rights. *Financial Times*, 14.
138. Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
139. Munoz, P. – Cohen, B. (2017). Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 21-37. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.035>
140. Murariu, M. – Bedrule-Grigoruta, M. V. (2020, 2020 May 15). *Digitalisation- A Sinequa-non Condition for the Romanian Public Managament*. Paper presented at the European Finance, Business and Regulation International Conference (EUFIRE), Alexandru Ioan Cuza Univ Iasi, Fac Econ & Business Adm, Iasi, ROMANIA.
141. Murillo, D. – Buckland, H. – Val, E. (2017). When the sharing economy becomes neoliberalism on steroids: Unravelling the controversies. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 66-76. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.05.024>
142. Nábrádi, A. (2015). *Vállalkozási ismeretek*. Debrecen: DE.
143. Neamtu, D. M. – Hapenciuc, C. V. – Bejinaru, R. (2019, 2019 Mar 21-22). *The Impact of Digitalization on Business Sector Development in the Knowledge Economy*. Paper presented at the 13th International Conference on Business Excellence (ICBE) -

- Sustainable Business Models and Innovation in the Knowledge Economy, Bucharest, ROMANIA.
144. Neely, A. (2008). Exploring the financial consequences of the servitization of manufacturing. *Operations management research*, 1(2), 103-118. doi:<https://doi.org/10.1007/s12063-009-0015-5>
  145. North, D. C. (1981). *Structure and Change in Economin History*. New York: Norton.
  146. Obláth, G. – Szörfi, B. (2008). Makrogazdasági konvergencia az EU új tagországaiban. In T. Kolosi & I. G. Tóth (Eds.), *Társadalmi riport* (pp. 204-225). Budapest: Társi.
  147. Olsen, M. – Kemp, S. (2015). Sharing Economy-An in-depth look at its evolution and Trajectory Across Industries. PiperJaffray. In.
  148. Osztoivits, Á. – Kőszegi, Á. – Nagy, B. – Damjanovics, B. (2015). Osztogatnak vagy fosztogatnak? A sharing economy térnyerése. *PwC kiadványok*, 32.
  149. Owyang, J. – Tran, C. – Silva, C. (2013). The collaborative economy. *Altimeter, United States*.
  150. Park, M. (2020). The sharing economy, regulations, and the role of local government. *International Journal of Tourism Cities*, 6(1), 158-174. doi:<https://doi.org/10.1108/ijtc-08-2019-0122>
  151. Parker, G. G. – Van Alstyne, M. W. – Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*: WW Norton & Company.
  152. Paul, J. – Parthasarathy, S. – Gupta, P. (2017). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. *Journal of world business*, 52(3), 327-342.
  153. Paulauskaite, D. – Powell, R. – Coca-Stefaniak, J. A. – Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 619-628. doi:<https://doi.org/10.1002/jtr.2134>
  154. Pearson, K. (1901). LIII On Lines and Planes of Closest Fit to Systems of Points in Space. *Philosophical Magazine and Journal of Science*, 2(11), 559-572. doi:<https://doi.org/10.1080/14786440109462720>
  155. Pelzer, C. – Burgard, N. (2014). Cases. In *Co-Economy: Wertschöpfung im digitalen Zeitalter* (pp. 23-65): Springer.
  156. Perc, M. (2014). The Matthew effect in empirical data. *Journal of the Royal Society, Interface*, 11(98), 20140378-20140378. doi:<https://doi.org/10.1098/rsif.2014.0378>
  157. Piscicelli, L. – Cooper, T. – Fisher, T. (2015). The role of values in collaborative consumption: insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK. *Journal of Cleaner Production*, 97, 21-29. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.07.032>
  158. Plewnia, F. – Guenther, E. (2018). Mapping the sharing economy for sustainability research. *Management Decision*.
  159. Podsakoff, P. M. – MacKenzie, S. B. – Podsakoff, N. P. – Bachrach, D. G. (2008). Scholarly Influence in the Field of Management: A Bibliometric Analysis of the Determinants of University and Author Impact in the Management Literature in the Past Quarter Century. *Journal of management*, 34(4), 641-720. doi:<https://doi.org/10.1177/0149206308319533>
  160. Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*.
  161. PwC. (2015). Sharing or paring? Growth of the sharing economy. <https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf>
  162. PwC. (2018). A vállalatok kétharmadának nincs digitális stratégiája [Press release]. Retrieved from <https://ivs.hu/pwc-a-vallalatok-ketharmadanak-nincs-digitalis-strategiaja/>
  163. Ramsey, F. P. (1928). A mathematical theory of saving. *The economic journal*, 38(152), 543-559.

164. Ranjbari, M. – Morales-Alonso, G. – Carrasco-Gallego, R. (2018). Conceptualizing the sharing economy through presenting a comprehensive framework. *Sustainability*, 10(7), 2336. doi:<https://doi.org/10.3390/su10072336>
165. Rauch, D. E. – Schleicher, D. (2015). Like Uber, but for local government law: the future of local regulation of the sharing economy. *Ohio State Law Journal*, 76, 901-963.
166. Reisch, L. A. – Thøgersen, J. – Schor, J. – Fitzmaurice, C. (2015). *Handbook of Research on Sustainable Consumption*: Edward Elgar Publishing.
167. Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, 121-129.
168. Richter, C. – Kraus, S. – Brem, A. – Durst, S. – Giselsbrecht, C. (2017). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300-310. doi:<https://doi.org/10.1111/caim.12227>
169. Rifkin, J. (2014). *The zero marginal cost society: The internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism*: St. Martin's Press.
170. Rigney, D. (2010). *The Matthew effect: How advantage begets further advantage*: Columbia University Press.
171. Rodrigues, A. L. – Cerdeira, L. – Machado-Taylor, M. D. – Alves, H. (2021). Technological Skills in Higher Education-Different Needs and Different Uses. *Education Sciences*, 11(7). doi:<https://doi.org/10.3390/educsci11070326>
172. Rosenblat, A. – Stark, L. (2016). Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers. *International Journal of Communication*, 10, 3758-3784.
173. Rosenfield, J. – Borruso, M. – Simcock, V. (2018). Digital/McKinsey: Insights: Winning in digital ecosystems. In: McKinsey Practice Publications.
174. Ruutu, S. – Casey, T. – Kotovirta, V. (2017). Development and competition of digital service platforms: A system dynamics approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, 119-130. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.12.011>
175. Schor, J. (2014). Debating the Sharing Economy, Great Transition Initiative (October 2014). <http://greattransition.org/>.
176. Schor, J. (2015). Getting sharing right. *Contexts*, 14(1), 14-15. doi:<https://doi.org/10.1177/1536504214567860>
177. Schor, J. – Attwood-Charles, W. (2017). The "sharing" economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11(8), 16. doi:<https://doi.org/10.1111/soc4.12493>
178. Schor, J. – Fitzmaurice, C. (2015). Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy. In *Handbook of Research on Sustainable Consumption* (pp. 410-425). Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
179. Schumpeter, J. (1942). Capitalism, socialism and democracy. In. New York: Harper and Row.
180. SDG Knowledge Hub. (2020). World Economic Forum Annual Meeting 2020 [Press release]. Retrieved from <https://sdg.iisd.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2020/>
181. Selloni, D. (2017). New Forms of Economies: Sharing Economy, Collaborative Consumption, Peer-to-Peer Economy. In D. Selloni (Ed.), *CoDesign for Public-Interest Services* (pp. 15-26). Cham: Springer International Publishing.
182. Serrano, L. – Sianes, A. – Ariza-Montes, A. (2020). Understanding the Implementation of Airbnb in Urban Contexts: Towards a Categorization of European Cities. *Land*, 9(12), 21. doi:<https://doi.org/10.3390/land9120522>
183. Si, H. Y. – Shi, J. G. – Tang, D. Z. – Wu, G. D. – Lan, J. (2020). Understanding intention and behavior toward sustainable usage of bike sharing by extending the theory of planned behavior. *Resources Conservation and Recycling*, 152, 10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104513>
184. Sijabat, R. (2019). Sharing economy: A study on the factors influencing users' motivation to use ride sharing platforms. *DeReMa (Development Research of*

- Management): *Jurnal Manajemen*, 14(1), 65-87.  
doi:<http://dx.doi.org/10.19166/derema.v14i1.1367>
185. Simon, K. (2016). 570 milliárd eurót termelhet a sharing economy Európában. [https://www.pwc.com/hu/hu/sajtoszoba/2016/sharing\\_economy\\_europe.html](https://www.pwc.com/hu/hu/sajtoszoba/2016/sharing_economy_europe.html)
  186. So, K. K. F. – Oh, H. – Min, S. (2018). Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-methods approach. *Tourism Management*, 67, 224-236. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.01.009>
  187. Solow, R. M. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *The quarterly journal of economics*, 70(1), 65-94.
  188. Stankovic, J. J. – Marjanovic, I. – Drezgic, S. – Popovic, Z. (2021). The Digital Competitiveness of European Countries: A Multiple-Criteria Approach. *Journal of Competitiveness*, 13(2), 117-134. doi:<https://doi.org/10.7441/joc.2021.02.07>
  189. Stavitsky, A. – Kharlamova, G. – Stoica, E. A. (2019). The Analysis of the Digital Economy and Society Index in the EU. *Baltic Journal of European Studies*, 9(3), 245-261. doi:<https://doi.org/10.1515/bjes-2019-0032>
  190. Stephany, A. (2015). *The business of sharing: Making it in the new sharing economy*: Springer.
  191. Štofková, Z. – Soltes, V. – Stofkova, J. (2019, 11-13 Nov 2019). *Survey of the Citizens Digital Skills in the Region*. Paper presented at the 12th annual International Conference of Education, Research and Innovation, Seville, Spain.
  192. Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy: The End of Emploment and the Rise of Crowd-based Capitalism*. Cambridge, MA: The MIT Press.
  193. Sutherland, W. – Jarrahi, M. H. (2018). The sharing economy and digital platforms: A review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 43, 328-341.
  194. Szegedi, L. (2019). Digitális platformok mint a sharing economy munkáltatói? *Ars Boni*. <https://arsboni.hu/digitalis-platformok-mint-a-sharing-economy-munkaltatoi/>
  195. Tabcum Jr., S. (2019). The Sharing Economy Is Still Growing, And Businesses Should Take Note. *Forbes* Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/forbeslacouncil/2019/03/04/the-sharing-economy-is-still-growing-and-businesses-should-take-note/#6a3fe85e4c33>
  196. Takács, I. (2000). Gépkör - jó alternatíva? *Gazdálkodás*, 44(4), 44-55.
  197. Takács, I. (2011). Gépkörök. In A. Nagy & A. Nábrádi (Eds.), *Farmgazdálkodás* (pp. 53-67). Budapest: Szaktudás Kiadó Ház.
  198. Takács, I. (2017). A mezőgazdasági együttműködések és a Sharing economy In G. Szabó G. & Z. Baranyai (Eds.), *A szövetkezés-együttműködés gazdasági és társadalmi akadályai, makro- és mikrogazdasági feltételei, valamint fejlesztési lehetőségei a magyar élelmiszer-gazdaságban* (pp. 290-321). Budapest: Agrinform Kiadó.
  199. Takács, I. (2022). Egy régi idea új köntösben - gondolatok a megosztáson alapuló gazdaság gyakorlati tapasztalatairól Magyarországon. In C. Obádovics & Z. Széles (Eds.), *A termelési függvényektől az okos gazdálkodásig* (pp. 228). Sopron: Soproni Egyetem.
  200. Takács, I. – Baranyai, Z. (2013). A géphasználati együttműködések, avagy a „virtuális üzemek” elmélete és gyakorlata a magyar mezőgazdaságban. *Gazdálkodás*, 57(3), 12. doi:<https://doi.org/10.22004/ag.econ.166703>
  201. Takács, I. – Takácsné, G. K. (2017). Kitérés lehetőség a kkv-k számára – Stratégia, megújulás, partnerség, partnerkapcsolatok. In I. Takács (Ed.), *Az együttműködési attitűdök gazdasági társadalmi hatótényezői az Észak-magyarországi Régióban működő kkv-kban*. (pp. 111-138). Gyöngyös: Károly Róbert főiskola.
  202. Takácsné, G. K. – Benedek, A. (2016). Bizalmon alapuló együttműködés vizsgálata a kis- és középvállalatok körében. In Á. Csiszárík-Kocsir (Ed.), *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században* (Vol. VI., pp. 379-390). Budapest: Óbudai Egyetem.

203. Todorut, A. V. – Tselentis, V. (2018). Digital Technologies and the Modernization of Public Administration. *Quality-Access to Success*, 19(165), 73-78.
204. Tranfield, D. – Denyer, D. – Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222. doi:<https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
205. Tumbas, P. – Sakai, M. – Pavlicevic, V. – Rakovic, L. (2019, 11-13 Mar 2019). *Digital Competencies in Business Informatics Curriculum Innovation*. Paper presented at the 13th International Technology, Education and Development Conference (INTED), Valencia, SPAIN.
206. Tussyadiah, I. P. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 70-80. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.005>
207. Tussyadiah, I. P. – Pesonen, J. (2016). Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1022-1040. doi:<https://doi.org/10.1177/0047287515608505>
208. Tussyadiah, I. P. – Pesonen, J. (2018). Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay - an exploratory study with American and Finnish travellers. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 703-720. doi:<https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1141180>
209. Valant, J. (2016). A European agenda for the collaborative economy. *European Parliamentary Research Service Publishing: Brussels, Belgium*, 510, 2-12.
210. Vallas, S. – Schor, J. B. (2020). What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy. In K. S. Cook & D. S. Massey (Eds.), *Annual Review of Sociology*, Vol 46 (Vol. 46, pp. 273-294). Palo Alto: Annual Reviews.
211. Van Alstyne, M. W. – Parker, G. G. – Choudary, S. P. (2016). Pipelines, platforms, and the new rules of strategy. *Harvard Business Review*, 94(4), 54-62.
212. van Eck, N. J. – Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. doi:<https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
213. van Eck, N. J. – Waltman, L. (2014). Visualizing Bibliometric Networks. In Y. Ding, R. Rousseau, & D. Wolfram (Eds.), *Measuring Scholarly Impact: Methods and Practice* (pp. 285-320). Cham: Springer International Publishing.
214. Ventura, L. (2022, 2023.01.30). World's Largest Companies 2022. *Global Finance Magazine*.
215. Vyshnevskiy, O. – Stashkevych, I. – Shubna, O. – Barkova, S. (2020). Economic growth in the conditions of digitalization in the EU countries. *Studies of Applied Economics*, 38(4).
216. Wachsmuth, D. – Weisler, A. (2018). Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning a-Economy and Space*, 50(6), 1147-1170. doi:<https://doi.org/10.1177/0308518x18778038>
217. Wagner, N. – Strulak-Wojcikiewicz, R. – Landowska, A. (2019). Trust in Sharing Economy Business Models from the Perspective of Customers in Szczecin, Poland. *Sustainability*, 11(23), 26. doi:<https://doi.org/10.3390/su11236838>
218. Wallenstein, J. – Shelat, U. (2017). Hopping aboard the sharing economy. *Boston Consulting Group*, 22, 6. <https://www.bcg.com/en-us/publications/2017/strategy-accelerating-growth-consumer-products-hopping-aboard-sharing-economy.aspx>
219. Wang, D. – Nicolau, J. L. (2017). Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120-131. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.12.007>
220. Williamson, O. E. (2007). A tranzakciós költségek gazdaságtana: a szerződéses kapcsolatok irányítása. *Kormányzás. Közpénzügyek szabályozása*, 2(2), 235-255.

221. Winterhalter, S. – Wecht, C. H. – Krieg, L. (2015). Keeping reins on the sharing economy: strategies and business models for incumbents. *Marketing Review St. Gallen*, 32(4), 32-39.
222. Wirtz, J. – So, K. K. F. – Mody, M. – Liu, S. Q. – Chun, H. (2019). Platforms in the peer-to-peer sharing economy. *Journal of Service Management*, 30(4), 452-483. doi:<https://doi.org/10.1108/JOSM-11-2018-0369>
223. Wood, A. J. – Graham, M. – Lehdonvirta, V. – Hjorth, I. (2019). Good Gig, Bad Gig: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economy. *Work Employment and Society*, 33(1), 56-75. doi:<https://doi.org/10.1177/0950017018785616>
224. Xie, Y. T. – Atinc, G. – Lei, X. (2021). The Impact of Trust on Public Participation in Sharing Economies. *China-an International Journal*, 19(1), 158-176.
225. Zervas, G. – Proserpio, D. – Byers, J. W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705. doi:<https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>
226. Zhang, Y. P. – Mi, Z. F. (2018). Environmental benefits of bike sharing: A big data-based analysis. *Applied Energy*, 220, 296-301. doi:<https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2018.03.101>
227. Zwick, A. (2018). Welcome to the Gig Economy: neoliberal industrial relations and the case of Uber. *Geojournal*, 83(4), 679-691. doi:<https://doi.org/10.1007/s10708-017-9793-8>



Nyilvántartási szám: DEENK/333/2023.PL  
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Kovács Tünde Zita

Doktori Iskola: Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

MTMT azonosító: 10071312

### A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

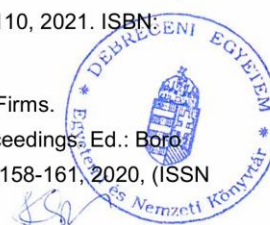
#### Folyóiratcikkek, tanulmányok (12)

1. **Kovács, T. Z.**, Bittner, B.: A közösségi gazdaság jellemzői és Debrecenben elérhető formái.  
*Debreceni Szemle.* 30 (1), 34-43, 2022. ISSN: 1218-022X.
2. **Kovács, T. Z.**, Bittner, B., Huzsvai, L., Nábrádi, A.: Convergence and the Matthew Effect in the European Union Based on the DESI Index.  
*Mathematics.* 10 (4), 1-23, 2022. EISSN: 2227-7390.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.3390/math10040613>  
IF: 2.592 (2021)
3. **Kovács, T. Z.**, Bittner, B., Nagy, A. S., Nábrádi, A.: Digital Transformation of Human Capital in the EU According to the DESI Index.  
*Issues In Information Systems.* 23 (4), 293-311, 2022. ISSN: 1529-7314.  
DOI: [http://dx.doi.org/10.48009/4\\_iis\\_2022\\_125](http://dx.doi.org/10.48009/4_iis_2022_125)
4. **Kovács, T. Z.**, Bittner, B.: Examination of the category of digitalisation of public services in the Digital Economy and Society Index among the Eastern Enlargement of EU.  
*Industry 4.0.* 7 (1), 30-32, 2022. ISSN: 2534-8582.
5. **Kovács, T. Z.**, Bittner, B., Nábrádi, A.: The Integration of Digital Technologies in the European Union based on the DESI Index.  
*ENTRENOVA : ENTERprise REsearch InNOVation.* 8 (1), 337-349, 2022. ISSN: 2706-4735.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.54820/entrenova-2022-0029>
6. **Kovács, T. Z.**, David, F. R., Nagy, A. S., Nábrádi, A.: An analysis of the demand-side, platform-based collaborative economy: Creation of a clear classification taxonomy.  
*Sustainability.* 13 (5), 1-20, 2021. ISSN: 2071-1050.  
DOI: <https://doi.org/10.3390/su13052817>  
IF: 3.889
7. **Kovács, T. Z.**, Bittner, B., David, F. R., Nábrádi, A.: Examination of digitalization in Hungarian and Romanian companies.  
*The Annals of the Univeristy of Oradea Economic Science.* 30 (1), 114-120, 2021. ISSN: 1222-569X.





8. **Kovács, T. Z.**, Bittner, B., Nábrádi, A.: Platform alapú gazdaság megítélése logisztikai vállalatok körében.  
*Logisztikai Trendek és Legjobb Gyakorlatok*. 7 (1), 37-39, 2021. ISSN: 2416-0555.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21405/logtrend.2021.7.1.37>
9. **Kovács, T. Z.**, Nábrádi, A.: A közösségi gazdaság az EU-28-ban és népszerűsége Magyarországon és Romániában.  
*Régiókutatás Szemle*. 5 (1), 84-99, 2020. EISSN: 2559-9941.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.30716/RSZ/20/1>
10. **Kovács, T. Z.**, David, F. R., Kovács, K., Popovics, P. A., Nábrádi, A.: Collaborative economy and its awareness in Visegrad Group Countries and within the European Union.  
*Issues in Information Systems*. 21 (1), 153-166, 2020. ISSN: 1529-7314.
11. Nábrádi, A., **Kovács, T. Z.**: Sharing economy and its popularity in Hungary and Romania.  
*Oradea Journal of Business and Economics*. 5 (1), 60-71, 2020. ISSN: 2501-1596.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.47535/1991ojbe089>
12. Nábrádi, A., **Kovács, T. Z.**: Types of platform based Collaborative economy and its potential areas in agribusiness.  
*Western Balkan Journal of Agricultural Economics and Rural Development*. 2 (1), 9-19, 2020.  
ISSN: 2683-4693.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.5937/WBJAE2001009N>
- Konferenciaközlemények (4)
13. **Kovács, T. Z.**, Bittner, B.: Examination of the category of digitalisation of public services in the Digital Economy and Society Index among the Eastern Enlargement of EU. Utánközlés másodközlés,  
In: High Technologies. Business. Society 2022 Proceedings. Ed.: Georgi Popov, Scientific Technical Union of Mechanical Engineering Industry-4.0, Sofia, 91-93, 2022, (ISSN 2535-0005, ISSN 2535-0013 ; 6.)
14. **Kovács, T. Z.**: A közösségi gazdaság mint az ipar 4.0 egyik kulcsfontosságú eleme.  
In: "A nemzeti összetartozás jegyében" Tanulmányok a doktori és posztdoktori képzésben résztvevő, külföldi magyar egyetemi hallgatók online PhD-konferencia előadásából / Fejős Sándor; Kanyári József, Agis Quod Agis Nonprofit Kft., Szeged, 97-110, 2021. ISBN: 9789638701015
15. David, F. R., **Kovács, T. Z.**: Introducing QSPM Analysis to Agribusiness Firms.  
In: 55th Croatian & 15th International Symposium on Agriculture : Proceedings. Ed.: Boro Mioč, Ivan Širić, University of Zagreb, Faculty of Agriculture, Zagreb, 158-161, 2020, (ISSN 2459-5543)





16. **Kovács, T. Z.**, Nábrádi, A.: Types of sharing economies and collaborative consumptions.  
In: Conference proceedings of the International Conference on the Economics of the  
Decoupling (ICED). Ed.: Gordan Družić, Tomislav Gelo, Croatian Academy of Sciences and  
Arts, Zagreb, 530-546, 2020. ISBN: 9789533473376

### További közlemények

#### Folyóiratcikkek, tanulmányok (9)

17. Bittner, B., Marczin, T., **Kovács, T. Z.**: Strategic planning in agribusiness.  
*Agrártudományi közlemények = Acta agraria Debreceniensis*. 1, 23-27, 2023. ISSN: 1587-  
1282.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.34101/ACTAAGRAR/1/12803>
18. Tóth, S., Bittner, B., **Kovács, T. Z.**, Nagy, A. S.: Digital Transformation Possibilities in Public  
Transportation in Debrecen.  
*Issues In Information Systems*. 22 (3), 305-319, 2022. ISSN: 1529-7314.  
DOI: [http://dx.doi.org/10.48009/3\\_iis\\_2022\\_125](http://dx.doi.org/10.48009/3_iis_2022_125)
19. Vida, V., **Kovács, T. Z.**, Nagy, A. S., Madai, H., Bittner, B.: Food waste in EU countries.  
*Apstract*. 16 (2), 1-10, 2022. ISSN: 1789-221X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.19041/APSTRACT/2022/2/2>
20. David, F. R., Bittner, B., **Kovács, T. Z.**, Madai, H., Nagy, A. S., Nábrádi, A.: Latest Trends and  
New Tools Being Used in Strategic Management.  
*International Journal of Engineering and Management Sciences*. 6 (1), 73-85, 2021. EISSN:  
2498-700X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2021.1.7>
21. Madai, H., Bittner, B., David, F. R., **Kovács, T. Z.**, Nagy, A. S., Nábrádi, A.: Stratégiát  
megalapozó elemzések gyakorlati alkalmazása.  
*International Journal of Engineering and Management Sciences*. 6 (1), 59-72, 2021. EISSN:  
2498-700X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2021.1.6>
22. David, F. R., **Kovács, T. Z.**: An Improved Approach for Strategic Planning for Small European  
Agribusinesses: Perform EFE, IFE, and SWOT Analyses Using AQCD Factors.  
In: Sustainable agriculture and rural development in terms of the Republic of Serbia strategic  
goals realization within the Danube region : Science and practice in the service of agriculture  
: Thematic proceedings. Ed.: Jonel Subić, Marko Jeločnik, Jean Vasile Andrei, Institute of  
Agricultural Economics, Belgrade, 209-226, 2020. ISBN: 9788662690821





23. David, F. R., David, F. R., **Kovács, T. Z.**, Nábrádi, A.: Emerging trends in strategic planning.  
*Apstract. 14* (1-2), 23-31, 2020. ISSN: 1789-221X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.19041/APSTRACT/2020/1-2/3>
24. Bittner, B., Nagy, A. S., **Kovács, T. Z.**, Madai, H.: Methodology of external environmental analysis as a part of strategy planning.  
*The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences. 29* (1), 461-466, 2020. ISSN: 1222-569X.
25. Madai, H., Bittner, B., **Kovács, T. Z.**, Nagy, A. S.: Methodology of the internal environmental analysis as a part of strategy planning.  
*The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences. 29* (1), 551-556, 2020. ISSN: 1222-569X.

**A közlő folyóiratok összesített impakt faktora: 6,481**

**A közlő folyóiratok összesített impakt faktora (az értekezés alapjául szolgáló közleményekre): 6,481**

A DEENK a Jelölt által az iDEa Tudóstérbe feltöltött adatok bibliográfiai és tudományometriai ellenőrzését a tudományos adatbázisok és a Journal Citation Reports Impact Factor lista alapján elvégezte.

Debrecen, 2023.07.07.



## TÁBLÁZATJEGYZÉK

|                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. táblázat: A közösségi gazdaság különböző elnevezései .....                                                | 11  |
| 2. táblázat: A DESI indexet alkotó fő dimenziók, al-dimenziók és egyéni indikátorok.....                     | 14  |
| 3. táblázat: A közösségi gazdaság területéről legtöbbet idézett tudományos publikációi .....                 | 22  |
| 4. táblázat: Kulcsszavak klaszterei.....                                                                     | 26  |
| 5. táblázat: A rendszertani elemzéshez használt módszertan összefoglalása.....                               | 36  |
| 6. táblázat: A kvázi longitudinális kutatásban részt vevő kérdések .....                                     | 39  |
| 7. táblázat: A tranzakciós csere módja a közösségi gazdaságban.....                                          | 48  |
| 8. táblázat: Az újraelosztó és a termékszolgáltató rendszer piacának az összevetése .....                    | 53  |
| 9. táblázat: Az újraelosztó piac csoportjai, jellemzői.....                                                  | 54  |
| 10. táblázat: Homogenitásvizsgálat a platformokon kínált szolgáltatások igénybevételéről...                  | 61  |
| 11. táblázat: Szignifikánsan eltérő válaszok a platformokon kínált szolgáltatások<br>igénybevételéről.....   | 62  |
| 12. táblázat: Homogenitásvizsgálat a platformokon nyújtott szolgáltatásokról .....                           | 63  |
| 13. táblázat: Szignifikánsan eltérő válaszok a platformokon nyújtott szolgáltatásokról .....                 | 64  |
| 14. táblázat: Homogenitásvizsgálat a platform alapon nyújtott szolgáltatások előnyeiről .....                | 66  |
| 15. táblázat: Szignifikánsan eltérő válaszok a platform alapon nyújtott szolgáltatások<br>előnyeiről.....    | 67  |
| 16. táblázat: Homogenitásvizsgálat a platform alapon nyújtott szolgáltatások hátrányairól...                 | 69  |
| 17. táblázat: Szignifikánsan eltérő válaszok a platform alapon nyújtott szolgáltatások<br>hátrányairól ..... | 70  |
| 18. táblázat: Együtthatók táblázata szolgáltatásnyújtás, Magyarország .....                                  | 73  |
| 19. táblázat: Együtthatók táblázata szolgáltatásnyújtás, Románia.....                                        | 75  |
| 20. táblázat: Együtthatók táblázata szolgáltatások igénybevétele, Magyarország.....                          | 77  |
| 21. táblázat: Együtthatók táblázata szolgáltatások igénybevétele, Románia .....                              | 79  |
| 22. táblázat: A DESI index OLS regressziós számítása.....                                                    | 81  |
| 23. táblázat: Kaiser-Meyer-Olkin teszt a DESI index főindikátorain .....                                     | 85  |
| 24. táblázat: Sajátérték és variancia arányok .....                                                          | 86  |
| 25. táblázat: A főindikátor változók koordinátái .....                                                       | 86  |
| 26. táblázat: A vállalkozások nemzetgazdasági ágazat szerinti besorolása .....                               | 98  |
| 27. táblázat: Keresztábra elemzés .....                                                                      | 104 |
| 28. táblázat: Az értékesítést követő vevői elégedettség-mérés céljai .....                                   | 105 |
| 29. táblázat: Tamhane-teszt (többbszörös összehasonlító teszt).....                                          | 108 |

## ÁBRAJEGYZÉK

|                                                                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. ábra: A keresés eredményei és a kizárási kritériumok alkalmazása .....                                                     | 18  |
| 2. ábra: A térképhez használt kulcsszavak kiválasztása .....                                                                  | 19  |
| 3. ábra: WoS-ben megjelent tudományos publikációk száma évenként (2010-2022) .....                                            | 20  |
| 4. ábra: A közösségi gazdaság szcientometriai térképe.....                                                                    | 25  |
| 5. ábra: A platform alapú, kereslet-elv vezérelt üzleti modell fő kategóriái .....                                            | 51  |
| 6. ábra: A PaKe vezérelt üzleti modell osztályozása.....                                                                      | 53  |
| 7. ábra: A közösségi finanszírozási platformok osztályozása .....                                                             | 57  |
| 8. ábra: A közösségi platformokon kínált szolgáltatások igénybevétele.....                                                    | 61  |
| 9. ábra: A közösségi platformon nyújtott szolgáltatások gyakorisága .....                                                     | 63  |
| 10. ábra: A közösségi gazdaság portáljain kínált szolgáltatások előnyei.....                                                  | 65  |
| 11. ábra: A platform alapú szállásslátogatás előnyei (HU és RO, 2021 vonatkozásában)....                                      | 65  |
| 12. ábra: A közösségi platformokon használatkor tapasztalt hátrányok.....                                                     | 68  |
| 13. ábra: A platformalapú szállásslátogatás hátrányai.....                                                                    | 69  |
| 14. ábra: A közösségi platformok fogyasztói és szolgáltatói oldala.....                                                       | 71  |
| 15. ábra: A közösségi platformok fogyasztói és szolgáltatói arányai országokénti bontásban .....                              | 72  |
| 16. ábra: A közösségi platformok fogyasztói és szolgáltatói arányai a foglalkoztatás függvényében .....                       | 73  |
| 17. ábra: Szolgáltatásnyújtási hajlandóság többváltozós elemzése, Magyarország .....                                          | 74  |
| 18. ábra: Szolgáltatásnyújtási hajlandóság többváltozós elemzése, Románia.....                                                | 76  |
| 19. ábra: Szolgáltatások igénybevételei hajlandóságának többváltozós elemzése, Magyarország .....                             | 78  |
| 20. ábra: Szolgáltatások igénybevételei hajlandóságának többváltozós elemzése, Románia ....                                   | 79  |
| 21. ábra: A DESI index $\sigma$ -konvergenciája.....                                                                          | 81  |
| 22. ábra: A DESI index $\beta$ -konvergenciája (2016-2021).....                                                               | 82  |
| 23. ábra: Pearson-féle korrelációs együtthatók, a változók eloszlása és összefüggései (2016)84                                |     |
| 24. ábra: Pearson-féle korrelációs együtthatók, a változók eloszlása és összefüggései (2021)84                                |     |
| 25. ábra: Az országok elhelyezkedése a főkomponensek síkján, az EU-hoz való csatlakozás éve szerint csoportosítva (2016)..... | 87  |
| 26. ábra: Az országok elhelyezkedése a főkomponensek síkján a reál GDP (Euró /fő) alapján csoportosítva (2016).....           | 89  |
| 27. ábra: Az országok elhelyezkedése a főkomponensek síkján, az EU-hoz való csatlakozás éve szerint csoportosítva (2021)..... | 92  |
| 28. ábra: Az országok elhelyezkedése a főkomponensek síkján a reál GDP (Euró/fő) alapján csoportosítva (2021).....            | 94  |
| 30. ábra: A vállalkozások kor szerinti megoszlása.....                                                                        | 95  |
| 31. ábra: Vállalkozási formák aránya .....                                                                                    | 96  |
| 32. ábra: Vállalkozási tevékenység földrajzi kiterjedtsége .....                                                              | 97  |
| 33. ábra: A vállalkozások gazdasági szektor szerinti osztályozása .....                                                       | 97  |
| 34. ábra: Vállalkozások méret szerinti kategóriái .....                                                                       | 99  |
| 35. ábra: A digitális technológia fontossága a vállalati működésben.....                                                      | 101 |
| 36. ábra: Internetes hálózat fejlettségének hatása a vállalkozási tevékenységre.....                                          | 101 |
| 37. ábra: Erőforrások rangsorolása .....                                                                                      | 102 |
| 38. ábra: Az online piacterek fontossága.....                                                                                 | 103 |
| 39. ábra: Vállalkozások növekedési lehetőségei Magyarországon .....                                                           | 106 |
| 40. ábra: Vállalkozások növekedési lehetőségei Romániában .....                                                               | 106 |

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| 41. ábra: Állítások értékelése Magyarországon ..... | 107 |
| 42. ábra: Állítások értékelése Romániában .....     | 108 |

## **MELLÉKLETEK**

**1. melléklet: A vizsgálatba bevont cikkek, a kizárási kritériumok alkalmazását követően**

| Kapcsolódó cikkek és tanulmányok | Platform alapú üzleti modell | Alaptevékenység | Piaci szerkezet | Csere módja | Új üzleti modell |
|----------------------------------|------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|------------------|
| BOTSMAN és ROGERS (2010a)        | ✓                            | ✓               | ✓               | ✓           | ✓                |
| FRENKEN (2017)                   | ✓                            | ✓               | ✓               | ✓           | ✓                |
| WIRTZ et al. (2019)              | ✓                            | ✓               | ✓               | ✓           | ✓                |
| KENNEY és ZYSMAN (2016)          | ✓                            | -               | -               | -           | -                |
| SCHOR (2014)                     | ✓                            | ✓               | ✓               | ✓           | -                |
| SIJABAT (2019)                   | ✓                            | ✓               | -               | -           | -                |
| TABCUM JR. (2019)                | ✓                            | -               | ✓               | -           | -                |
| OWYANG, TRAN és SILVA (2013)     | ✓                            | ✓               | ✓               | -           | -                |
| GANSKY (2010)                    | ✓                            | ✓               | -               | -           | -                |
| HAMARI et al. (2016)             | ✓                            | -               | -               | ✓           | -                |
| SCHOR és FITZMAURICE (2015)      | ✓                            | ✓               | -               | -           | -                |
| VALANT (2016)                    | ✓                            | ✓               | ✓               | ✓           | -                |
| RANJBARI et al. (2018)           | ✓                            | -               | ✓               | ✓           | -                |
| KUMAR et al. (2018)              | ✓                            | -               | -               | ✓           | -                |
| PWC (2015)                       | ✓                            | ✓               | ✓               | -           | -                |
| MARTIN (2016)                    | ✓                            | -               | -               | ✓           | -                |
| SUNDARARAJAN (2016)              | ✓                            | ✓               | ✓               | ✓           | -                |
| FRIEDMAN (2014)                  | ✓                            | ✓               | -               | -           | -                |
| GYULAVÁRI (2019)                 | ✓                            | ✓               | -               | -           | -                |
| ECKHARDT és BARDHI (2015)        | ✓                            | -               | ✓               | -           | -                |
| COCKAYNE (2016)                  | ✓                            | ✓               | -               | -           | -                |
| SELLONI (2017)                   | ✓                            | -               | -               | ✓           | -                |
| ACQUIER et al. (2017)            | ✓                            | ✓               | ✓               | ✓           | ✓                |
| DUDÁS és BOROS (2019)            | ✓                            | ✓               | ✓               | -           | -                |
| VAN ALSTYNE et al. (2016)        | ✓                            | ✓               | -               | -           | -                |
| KENNEY és ZYSMAN (2015)          | ✓                            | -               | -               | -           | -                |

|                              |   |   |   |   |   |
|------------------------------|---|---|---|---|---|
| HAGIU és WRIGHT (2015)       | ✓ | - | - | - | - |
| SUTHERLAND és JARRAHI (2018) | ✓ | - | - | ✓ | - |
| BAKÓ és HORVÁTH (2020)       | ✓ | - | - | - | - |
| JOHNSON (2018)               | ✓ | - | - | - | - |
| HEINRICHS (2013)             | ✓ | ✓ | - | ✓ | - |
| STEPHANY (2015)              | ✓ | ✓ | - | - | - |
| CODAGNONE et al. (2016)      | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - |
| SZEGEDI (2019)               | ✓ | - | ✓ | ✓ | - |
| HAASE és PICK (2015)         | ✓ | ✓ | - | ✓ | - |
| MCDONALD (2014)              | - | ✓ | - | ✓ | - |
| RAUCH és SCHLEICHER (2015)   | ✓ | ✓ | - | ✓ | - |
| RICHARDSON (2015)            | ✓ | ✓ | - | ✓ | - |
| WINTERHALTER et al. (2015)   | - | - | - | ✓ | - |
| EDBRING et al. (2016)        | ✓ | - | - | ✓ | - |
| BELK (2014b)                 | ✓ | - | - | ✓ | - |
| BARDHI és ECKHARDT (2012)    | ✓ | - | - | ✓ | - |
| MATZLER et al. (2015)        | ✓ | - | - | ✓ | - |
| FRENKEN és SCHOR (2017)      | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| GERWE és SILVA (2020)        | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - |
| PLEWNIA és GUENTHER (2018)   | ✓ | ✓ | ✓ | - | - |
| LAURENTI et al. (2019)       | ✓ | ✓ | ✓ | - | - |
| CHOI et al. (1998)           | ✓ | - | - | ✓ | - |
| OLSEN és KEMP (2015)         | ✓ | ✓ | ✓ | - | - |
| BELLEFLAMME et al. (2015)    | ✓ | ✓ | ✓ | - | - |
| KUTI és MADARÁSZ (2014)      | ✓ | ✓ | ✓ | - | - |
| PELZER és BURGARD (2014)     | ✓ | ✓ | - | - | - |
| COHEN és MUNOZ (2016)        | ✓ | ✓ | ✓ | - | - |

|                              |   |   |   |   |   |
|------------------------------|---|---|---|---|---|
| RIFKIN (2014)                | ✓ | ✓ | - | - | - |
| MUNOZ és COHEN<br>(2017)     | ✓ | - | ✓ | - | - |
| MÖHLMANN (2015)              | ✓ | - | - | ✓ | - |
| LAMBERTON és ROSE<br>(2012)  | ✓ | ✓ | ✓ | - | - |
| COHEN és<br>KIETZMANN (2014) | ✓ | ✓ | ✓ | - | - |
| BENOIT et al. (2017)         | ✓ | ✓ | ✓ | - | - |

*Forrás: Saját szerkesztés*

## 2. melléklet: Kérdőív

### Kérdőív vállalatok részére (digitális felkészültség)

#### Háttérváltozók

1. Kérem adja meg a következő adatokat a vállalkozásra: vállalkozási forma

Önálló vállalkozás/egyéni vállalkozás

Betéti társaság

Közkereseti társaság

KFT

RT

Szövetkezet

Egyéb

2. Alapítás dátuma: *(kitölti)*

3. Anyaország: *(kitölti)*

4. Tulajdonosforma:

Állami tulajdonú

Magántulajdonú

Vegyes tulajdonú

Önkormányzati tulajdonú

Egyéb közösségi tulajdonú (társadalmi szervezetek, alapítványok)

5. Tevékenységét milyen szinten fejti ki?

Lokális

Regionális

Országos

Globális

6. Milyen szektorba sorolható a vállalkozása?

Primer

Szekunder

Tercier

Kvarterner (IT, K&F)

7. Méret szerint melyik kategóriába sorolható a vállalkozás?

| Vállalati kategória | Határértékek                |                    |      |                          |
|---------------------|-----------------------------|--------------------|------|--------------------------|
|                     | Alkalmazottak létszáma (fő) | Árbevétel millió € | vagy | Mérleg főösszeg millió € |
| Nagyvállalat        | > 250                       | > 50               |      | > 43                     |
| Közepes méretű      | < 250                       | < 50               |      | < 43                     |
| Kisméretű           | < 50                        | < 10               |      | < 10                     |
| Mikro vállalkozás   | < 10                        | < 2                |      | < 2                      |

8. Kérem válassza ki a legördülő listából a TEÁOR szerinti fő tevékenységét:

9. Milyen a vállalkozás fő üzleti modellje:

B2B (business to business/üzlet üzletnek értékesít)

B2C (business to customer/üzlet közvetlenül fogyasztónak értékesít)

B2G (business to government/üzlet államnak értékesít)

10. Rendelkeznek-e weboldallal? (I/N)

11. Rendelkeznek-e webáruházzal? (I/N)

#### A kérdőív digitalizációhoz kapcsolódó része

12. Használ-e a vállalata információs rendszert? (elágazási pont I – 13, N – 14)

13. Milyen információs rendszer(eke)t használ? *(több választ is megjelölhet)*

Döntéshozatal (információk átalakítása akciókká)

Kommunikáció (információcsere vállalaton belül)

Folyamatok lebonyolítása (műveletek végrehajtása, elszámolás, elemzések, tervezések)

14. Ismeri-e az internetes platform alapon működő közösségi gazdaság (sharing economy, collaborative consumption) fogalmát? (I/N)

15. Az iparágban, ahol tevékenykedik, ön szerint jelen van-e a közösségi gazdaság? (elágazási pont I – 16, N – 17)

16. Mely területeken? *(több választ is megjelölhet)*

Személyszállítás

Szállítmányozás

Szállás szolgáltatás

Hitelezés

On-line vásárlás

On-line értékesítés

Professzionális szolgáltatások: pl. tervezés, könyvelés, szaktanácsadás, kiberbiztonság, 3D nyomtatás, felhő alapú szolgáltatások, informatikai fejlesztések, fordítási szolgáltatások stb.

Applikáción keresztüli személyes szolgáltatások: pl. bevásárlás, háztartási javítások, kertgondozás, étel házhoz szállítás, egészségügyi szaktanácsadás, lakáséttermi szolgáltatás, személyes idegenvezetés, divatcikk kölcsönzés vagy csere stb.

On-line tartalmak: pl. média anyagok, zene, film, videók, nyelvtleckék, vizsga-felkészítés, szakmai továbbképzések stb.

17. Veszélyeztet-e az önök üzleti pozícióját a platform alapon működő vállalkozások? (elágazási pont I – 18, N – 20)

18. Megítélése szerint milyen mértékben veszélyeztet-e az önök üzleti pozícióját a platform alapon működő vállalkozások?

Elhanyagolható a veszély

Kismértékben

Közepes mértékben  
Teljes mértékben

19. Milyen stratégiai lépéseket kíván velük szemben alkalmazni?

Webáruházat nyitni  
Meglévő webáruházat fejleszteni  
Rácsatlakozni meglévő internetes alapú platformokra (MSP), és ott kínálni a termékeinket/szolgáltatásainkat  
On-line kapcsolattartást lehetővé tenni a szállítókkal  
On-line kapcsolattartást lehetővé tenni a vevőkkel  
On-line marketing bevezetése  
On-line marketing hangsúlyosabbá tétele  
Adatbányászattal és adatelemzéssel bővíteni a vevőkört  
Adatbányászattal és adatelemzéssel javítani a vevőkiszolgálás színvonalát  
Adatbányászati és adatelemzési módszerek fejlesztése  
Vevői/vásárlói elégedettség mérésével fokozni a minőségi termék-előállítást/szolgáltatásnyújtást  
Termék értékesítése helyett vagy mellett, egyéb vevőbarát megoldásokat kínálni: pl. bérbeadás, bérszolgáltatás  
Egyéb megoldások

20. Az Ön vállalkozásában mennyire fontos a digitális technológia?

Elhanyagolható  
Kis mértékben  
Közepes mértékben  
Elég fontos  
Kiemelten fontos

21. Vállalkozása működésére mennyire van hatással az internetes hálózat fejlettsége?

Elhanyagolható  
Kis mértékben  
Közepes mértékben  
Jelentős mértékben

22. Vállalkozása működésére mennyire van hatással a felhasználó-barát alkalmazások elterjedése?

Elhanyagolható  
Kis mértékben  
Közepes mértékben  
Jelentős mértékben

23. Az alábbiak közül melyeket tartja vállalkozása legfontosabb erőforrásainak? *(több választ is megjelölhet)*

A birtokolt anyagi eszközök  
A felhalmozott emberi tőke  
Birtokolt partneri kapcsolatok (vevők, beszállítók, beruházók)  
A birtokolt szoftverek  
Egyedi gyártási technológia

A birtokolt természeti erőforrások  
A vállalkozása egyedi struktúrája (amennyiben rendelkezik ilyen vonással)  
A birtokolt információk  
Az alkalmazott adat-elemzési technológia  
Egyéb

24. Vállalkozásában a termék- vagy szolgáltatás értékesítést követően történik-e vevői elégedettség mérés? (elágazási pont I – 25, N – 26)

25. Milyen célból történik a vevői elégedettség mérése? *(több választ is megjelölhet)*

A cég termékeinek/szolgáltatásainak folyamatos ellenőrzése és felülvizsgálata.  
A vevői elvárások változásának korán, időben történő felismerése.  
Belső minőségjavító programok kidolgozása.  
A dolgozók ösztönzése a saját tevékenységükkel vagy a szervezeti egységekkel, azok működésével kapcsolatos fontos és minőségjavító információk közlésére.  
A vevőbarát kommunikációs stratégia folyamatos vizsgálata és fejlesztése.

26. Miben látja vállalkozása növekedésének lehetőségeit? *(Egyáltalán nem, Kis mértékben, Átlagosan, Átlag felett, Teljes mértékben)*

Beszerezési csatornák folyamatos fejlesztése  
Értékesítési csatornák folyamatos fejlesztése  
Beszerezési lehetőségek növelése különböző internetes platformok használata által  
Értékesítési lehetőségek növelése különböző internetes platformok használata által  
Állandó partnerkapcsolatok kialakítása, fenntartása  
Tőke intenzív fejlesztés (ingatlanok, gépek, berendezések)  
Tudás intenzív fejlesztés (know-how, szabadalmak, technológiák)

27. Értékelje az online piac (termék-értékesítés/szolgáltatás-nyújtás) fontosságát azon a területen, ahol a vállalkozása működik.

Elhanyagolható  
Kis mértékű  
Közepes mértékű  
Elég fontos  
Kiemelten fontos

28. Tapasztalatait figyelembe véve, mennyire ért egyet az alábbi kijelentésekkel? *(Egyáltalán nem, Kis mértékben, Átlagosan, Átlag felett, Teljes mértékben)*

Az elmúlt 5 évben megváltoztak az üzleti modellek.  
Az elmúlt 5 évben átalakult az ellátási lánc.  
Az internetes platformok megkönnyíti az üzletkötést.  
Az internetes platform alapú működés csökkenti a vállalat tranzakciós költségeit.  
Az internetes platform használata biztonságossá teszi az üzletkötést

### 3. melléklet: A kérdőíves minta háttérváltozóinak gyakoriságai és eloszlásai

|                                | Teljes minta |       | Magyarország |       | Románia    |       |
|--------------------------------|--------------|-------|--------------|-------|------------|-------|
|                                | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság | Arány |
| <b>Vállalkozási forma</b>      |              |       |              |       |            |       |
| Önálló/Egyéni                  | 24           | 17,9  | 9            | 12,5  | 15         | 24,2  |
| Betéti társ.                   | 4            | 2,9   | 3            | 4,2   | 1          | 1,6   |
| Kft.                           | 95           | 71    | 51           | 70,8  | 44         | 71    |
| Rt.                            | 7            | 5,2   | 6            | 8,3   | 1          | 1,6   |
| Egyéb                          | 4            | 3     | 3            | 4,2   | 1          | 1,6   |
| Összesen                       | 134          | 100   | 72           | 100   | 62         | 100   |
| <b>Vállalat kora</b>           | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság | Arány |
| Egy éves vagy fiatalabb        | 6            | 4,4   | 1            | 1,4   | 5          | 8,1   |
| 1-3 év közötti                 | 18           | 13,4  | 4            | 5,6   | 14         | 22,6  |
| 3-5 év közötti                 | 7            | 5,2   | 4            | 5,6   | 3          | 4,8   |
| 5-10 év közötti                | 17           | 12,7  | 10           | 13,8  | 7          | 11,3  |
| 10 évnél idősebb               | 86           | 64,3  | 53           | 73,6  | 33         | 53,2  |
| <b>Összesen</b>                | 134          | 100   | 72           | 100   | 62         | 100   |
| <b>Tulajdonos</b>              | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság | Arány |
| Állami tulajdonú               | 3            | 2,2   | 2            | 3     | 1          | 1,6   |
| Magántulajdonú                 | 124          | 92,6  | 66           | 91    | 58         | 93,6  |
| Vegyes tulajdonú               | 3            | 2,2   | -            | -     | 3          | 4,8   |
| Önkormányzati tul.             | 2            | 1,5   | 2            | 3     | -          | -     |
| Egyéb közösségi tul.           | 2            | 1,5   | 2            | 3     | -          | -     |
| <b>Összesen</b>                | 134          | 100   | 72           | 100   | 62         | 100   |
| <b>Tevékenység kiterjedése</b> | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság | Arány |
| Lokális                        | 29           | 21,7  | 10           | 13,9  | 19         | 30,6  |
| Regionális                     | 35           | 26,1  | 19           | 26,4  | 16         | 25,8  |
| Országos                       | 35           | 26,1  | 23           | 31,9  | 12         | 19,4  |
| Globális                       | 35           | 26,1  | 20           | 27,8  | 15         | 24,2  |
| <b>Összesen</b>                | 134          | 100   | 72           | 100   | 62         | 100   |
| <b>Vállalati szektor</b>       | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság   | Arány | Gyakoriság | Arány |
| Primer                         | 11           | 8,2   | 10           | 13,9  | 1          | 1,6   |

|                        |            |       |            |       |            |       |
|------------------------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| Szekunder              | 28         | 20,9  | 15         | 20,8  | 13         | 21    |
| Tercier                | 86         | 64,2  | 42         | 58,3  | 44         | 70,9  |
| Kvarterner             | 9          | 6,7   | 5          | 7     | 4          | 6,5   |
| <b>Összesen</b>        | 134        | 100   | 72         | 100   | 62         | 100   |
| <b>Vállalati méret</b> | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány |
| Nagyvállalat           | 10         | 7,5   | 9          | 12,5  | 1          | 1,6   |
| Közepes méretű         | 13         | 9,7   | 11         | 15,3  | 2          | 3,2   |
| Kisméretű              | 30         | 22,4  | 15         | 20,8  | 15         | 24,2  |
| Mikro vállalk.         | 81         | 60,4  | 37         | 51,4  | 44         | 71    |
| <b>Összesen</b>        | 134        | 100   | 72         | 100   | 62         | 100   |
| <b>Üzleti modell</b>   | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány |
| B2B                    | 64         | 47,8  | 40         | 55,6  | 24         | 38,7  |
| B2C                    | 66         | 49,2  | 29         | 40,2  | 37         | 59,7  |
| B2G                    | 4          | 3     | 3          | 4,2   | 1          | 1,6   |
| <b>Összesen</b>        | 134        | 100   | 72         | 100   | 62         | 100   |
| <b>Weboldal</b>        | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány |
| Igen                   | 76         | 56,7  | 48         | 66,7  | 28         | 45,2  |
| Nem                    | 58         | 43,3  | 24         | 33,3  | 34         | 54,8  |
| <b>Összesen</b>        | 134        | 100   | 72         | 100   | 62         | 100   |
| <b>Webáruház</b>       | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány |
| Igen                   | 20         | 14,9  | 11         | 15,3  | 9          | 14,5  |
| Nem                    | 114        | 85,1  | 61         | 84,7  | 53         | 85,5  |
| <b>Összesen</b>        | 134        | 100   | 72         | 100   | 62         | 100   |
| <b>Iparág helyzete</b> | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány | Gyakoriság | Arány |
| Csökkenő               | 14         | 10,4  | 8          | 11,1  | 6          | 9,7   |
| Stagnáló               | 43         | 32,1  | 26         | 36,1  | 17         | 27,4  |
| Növekvő                | 68         | 50,8  | 32         | 44,5  | 36         | 58,1  |
| Dinamikusan növekvő    | 9          | 6,7   | 6          | 8,3   | 3          | 4,8   |
| <b>Összesen</b>        | 134        | 100   | 72         | 100   | 62         | 100   |

*Forrás: Saját számítás a minta alapján*

#### 4. melléklet: Khi-négyzet próbák

| Méret és Digitális technológia fontossága                                               | Value               | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square                                                                      | 13,182 <sup>a</sup> | 12 | 0,356                             |
| Likelihood Ratio                                                                        | 11,728              | 12 | 0,468                             |
| Linear-by-Linear Association                                                            | 0,486               | 1  | 0,486                             |
| N of Valid Cases                                                                        | 134                 |    |                                   |
| a. 13 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15. |                     |    |                                   |

| Vállalati szektor és Digitális technológia fontossága                                   | Value               | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square                                                                      | 14,059 <sup>a</sup> | 12 | 0,297                             |
| Likelihood Ratio                                                                        | 12,186              | 12 | 0,431                             |
| Linear-by-Linear Association                                                            | 7,296               | 1  | 0,007                             |
| N of Valid Cases                                                                        | 134                 |    |                                   |
| a. 13 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15. |                     |    |                                   |

| Vállalati méret és az Internetes hálózat fejlettsége                                    | Value               | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square                                                                      | 12,099 <sup>a</sup> | 9  | 0,208                             |
| Likelihood Ratio                                                                        | 13,655              | 9  | 0,135                             |
| Linear-by-Linear Association                                                            | 0,351               | 1  | 0,554                             |
| N of Valid Cases                                                                        | 134                 |    |                                   |
| a. 10 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,52. |                     |    |                                   |

| Vállalati szektor és az Internetes hálózat fejlettsége                                  | Value              | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square                                                                      | 6,682 <sup>a</sup> | 9  | 0,670                             |
| Likelihood Ratio                                                                        | 6,893              | 9  | 0,648                             |
| Linear-by-Linear Association                                                            | 2,438              | 1  | 0,118                             |
| N of Valid Cases                                                                        | 134                |    |                                   |
| a. 11 cells (68,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,52. |                    |    |                                   |

Forrás: Saját számítás a minta alapján

## KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretnék köszönetet mondani a doktori értekezésem elkészítése során nyújtott szakmai támogatásért témavezetőmnek, Prof. Dr. Nábrádi Andrásnak, és különösen azért, hogy elengedte a kezem. Így alkalmam nyílt csodás embereket, kollégákat megismerni, velük együtt dolgozni, publikálni.

Szeretném megköszönni továbbá értekezésem opponenseinek, Prof. Dr. Szűcs Editnek és Prof. Dr. Takács Istvánnak, hogy a munkahelyi vita során hasznos és előremutató tanácsokkal láttak el és támogattak az értekezés nyilvános vitára bocsátott verziójának kidolgozásában.

Köszönettel tartozom Dr. Bittner Beának, hogy minden olyan pillanatban mellettem állt, amikor megrekedtem, támogató és lelkesítő hozzáállásával lendítve tovább ezeken a holtpontokon. Külön köszönettel és hálával tartozom Dr. Huzsvai Lászlónak, aki jelen értekezés és még megannyi tudományos publikációm módszertanának kialakításában volt segítségemre. Szeretném megköszönni az értekezés alapjául szolgáló publikációim társszerzőinek a támogatást, a közös munka lehetőségét.

Végezetül szeretném megköszönni a családomnak és a barátaimnak mindazt a támogatást és sok-sok türelmet, amelynek köszönhetően eljuthattam a doktori értekezésem nyilvános vitára szánt, végleges verziójának benyújtásáig.