

A közösségi gazdaság az EU-28-ban és népszerűségük Magyarországon és Romániában

The sharing economy in EU-28 and its popularity in Hungary and Romania

KOVÁCS T¹, NÁBRÁDI A².

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Gazdálkodástudományi Intézet,
kovacs.tunde.zita@econ.unideb.hu

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Gazdálkodástudományi Intézet,
nabradi.andras@econ.unideb.hu

Absztrakt

A közösségi gazdaság a terciér szektorba történő berobbanását követően, alaposan átrendezte az erőviszonyokat, teljesen új alapokra helyezve át annak elérési módját. A tanulmány célja bemutatni napjaink egyik legnépszerűbb gazdasági mechanizmusát, a közösségi gazdaságnak a nevezéktanát, definícióit. A szolgáltató szektorban a kereskedelmi platformok (platform alapú vállalkozások) megjelenése virtuális piacok sokaságát hozta létre, ahol fogyasztók és értékesítők közvetlenül egymással lépnek kapcsolatba, érdeklődési körüknek megfelelően. Fókusz alá veszi a magyarországi és a romániai közösségi gazdaság piacát, abból a célból, hogy az olvasó tisztább képet kapjon annak elterjedtségéről és formáiról. A cikk primer és szekunder kutatásokat egyaránt tartalmaz, épít szakirodalmi forrásokra, továbbá az Európai Bizottság nyílt hozzáférésű adatbázisára, melyet SPSS 24 szoftverrel elemeztünk. Vizsgáltuk a közösségi gazdaságot a fogyasztó és a szolgáltató szemszögéből egyaránt, felmértük a fogyasztók és szolgáltatók arányát a két ország és az EU-28 viszonylatában, a tapasztalt előnyöket és hátrányokat, az ily módon kínált szolgáltatások mellőzésének okait és a szolgáltatók sharing economy platformokon való részvételének indíttatásait. Ismereteink szerint a téma ilyen jellegű összevetése ez idáig még nem történt meg.

Kulcsszavak: sharing economy, közösségi gazdaság, közösségi gazdaság terjedése, SPSS elemzés.

Abstract

The emergence of sharing economy into the tertiary sector has changed the balance of power and redefining the way of achieving it. The purpose of the study aims at introducing the sharing economy, one of the most popular economic mechanisms at present, with special regard to its nomenclature and definitions. The spreading of trading platforms in services sector has created a wide variety of virtual marketplaces, where consumers and suppliers contact each other directly according to their interests.

¹ <https://orcid.org/0000-0002-6970-1919>

² <https://orcid.org/0000-0002-3609-5668>



It focuses on the economic markets of the Hungarian and Romanian sharing economy to obtain a clear picture of its growing range and forms. The paper includes both primary and secondary research, literary sources and the open-access database of the European Commission, which is analysed by the SPSS 24 software. Sharing economies have been studied from both consumer and service provider perspectives, surveyed the proportion of users and suppliers, the advantages and disadvantages, the reasons for not using services offered as such, and the motives behind the participation of suppliers on sharing economy platforms was carried out in Hungary and Romania and the EU-28 members. As far as we know, the analysis of this field has not been carried out.

Keywords: sharing economy, collaborative consumption, spreading of sharing economy, SPSS analysis

JEL Kód: D16, M13

Bevezetés

A közösségi gazdaság vagy megosztáson alapuló gazdaság olyan társadalmi és gazdasági rendszer, amely az emberi és fizikai erőforrások platform alapú megosztására utal. Ez jelentheti az áruk és szolgáltatások közös megalkotását, előállítását, kereskedelmét, forgalmazását és fogyasztását szervezetek és egyének részéről. A közösségi vagy p2p gazdaság két „reklámarca” az Airbnb és az Uber vállalatok, melyek egy teljesen új üzletvezetési filozófián alapulnak. Viszonylag rövid időn belül több milliárd dollár értékűvé nőttek, mindezt úgy, hogy az Airbnb, amely egy lakáskiadó portál, nem rendelkezik egy kiadó ingatlannal sem, az Uber pedig a közösségi autózást (ridesharing) úgy biztosítja, hogy nem rendelkezik saját autófloTTával. Sikerük kulcsa abban rejlett/rejlik, hogy a szolgáltató szektor elérési módját teljesen új alapokra helyezték, hozzákapcsolták azt a digitális világhoz, elérhető közelségbe hozva a fogyasztót (egy mobiltelefonnyi távolságra) (Smith, 2019), amely után a hagyományos elérési rendszerek már csak fölöslegesnek és nehézkesnek tűntek, ily módon megkerülésük inkább volt áldás, semmint kényszer. Úttörők voltak abban, ahogyan a rendelkezésre álló technológiát felhasználták, és a közösségekben rejlő lehetőségekre felfigyeltek. Mindkét startup vállalat a 2008-as gazdasági válság kirobbanása körüli zavaros időkben indult, 2019 elején pedig már a legnagyobb unikornis startup vállalatok között tartották őket számon. Az Airbnb 2011 nyarán csatlakozott az unikornis klubhoz, jelenlegi (2020 január) cégértéke 35 milliárd dollár, és a listán – melyen több mint 300 vállalkozás található – az előkelő 6. helyet foglalja el (CBInsights, 2020). A sharing economy másik reklámarca, az Uber is az unikornisok családjába tartozott 2013 és 2019 között, cégértéke 72 milliárd dollár volt (2. hely), azonban 2019 május 10-ével lezárult a társaság részvényeinek az elsődleges kibocsátása, és megkezdődött velük a kereskedés az amerikai tőzsdén (Feiner, 2019).

A fenti két sharing economy reklámarc vállalat megzavarta a hagyományos üzleti modelleken alapuló vállalkozásokat és felbolygatta szabályozási rendszert. (Shueh, 2014) Az Airbnb lakáskiadó-foglaló portál kihívás elé helyezi a szállodaipart, az Uber pedig a taxis társadalomnak okoz nehéz pillanatokat. Az Airbnb alámosta, eltörölte azt az amúgy mesterségesen alkotott és fenntartott határvonalat, amely az ingatlanok rövid távú bérlete – hotelek által nyújtott szolgáltatás és a hosszú távú bérbeadás – lakáskiadás között volt. Az Uber megjelenése már a kezdetektől sokkolta a taxis társadalmat és folyamatos vitáktól övezettek mindennapjai. Az Uber applikáció, mely összekapcsolja az utasokat a sofőrökkel, lényegében és nagyon leegyszerűsítve egy taxi-szolgáltatás, igaz, csak első pillantásra. A globális, applikáció alapú szállítási hálózat több újítást is hozott az utas-szállítás területén: közvetlen kapcsolatot létesít a szállító és utasa között, pontos adatokat közöl a szállító személyéről, az utazás megrendelésétől kezdve folyamatosan nyomon követhető az autó, az érkezési időt pontosan mutatja, a viteldíj előre ismert, a fuvar végeztével a díj automatikusan levonásra kerül az applikációban előre megadott bankkártyáról az Uber belső fizetési rendszerén keresztül.

1. Anyag és módszer

A téma feldolgozása során primer és szekunder típusú megközelítéseket egyaránt végeztünk. Kutatási kérdéseink e sajátos, új típusú vállalkozási forma köré fonódtak. Először is azt kívántuk tisztázni, hogy

mit is takar a sharing economy, vagy közösségi gazdaság fogalma? Létezik-e egyáltalán olyan definíció, amely lefedi a fogalom tartalmát? A szaknyelvben előforduló „collaborative consumption” vagy együttműködő gazdaság és a közösségi gazdaság vajon egy és ugyanaz, vagy eltérő tartalmat feltételez?

Az Európai Bizottság javaslatára 2018-ban felmérés készült a fogyasztók és a vállalkozások körében a közösségi gazdaság használatáról empirikus kutatással. Mivel sikerült a felmérés SPSS alapú adatbázisát megszerezni, ebből az ország-soros kiértékelések lehetősége is adódott. Kutatási kérdés ebből automatikusan is megfogalmazódott: Milyen az elterjedése a közösségi gazdasági formációknak Romániában és Magyarországon?

A kutatási kérdések megválaszolását a következő módszertani megközelítésekkel próbáltuk feltárni:

- Szekunder szakirodalmi források felhasználása lehetővé tette, hogy különböző szempontok alapján bemutathassuk a sharing economy területeit.
- A „*European Commission, Brussels (2018): Flash Eurobarometer 467 (The Use of the Collaborative Economy)*” nyílt hozzáférésű adatbázisát, mint szekunder kutatási forrást a felmérést végző intézettől megigényeltük, melyet meg is kaptunk. A 26 544 kérdőíves felmérés alap és származtatott adatait SPSS 24 szoftverrel elemeztük, illetve dolgoztuk fel. A vizsgálatot alapvetően két oldalról közelítettük meg. Egyrészt elemeztük a „sharing/collaborative economy” fogyasztói oldalát másrészt a szolgáltatást nyújtók kínálati oldalát. Az elemzéseket kiegészítettük a vizsgálatban résztvevők szociodemográfiai profiljának bemutatásával, ezen belül is a foglalkoztatottsági viszonyokkal. A feltárt összefüggéseket statisztikai vizsgálatokkal igazoltuk. Alkalmaztunk egyszerű elemző / leíró statisztikai eljárásokat, frekvencia vizsgálatokat, kereszttábla elemzéseket, khi-négyzet próbát, valamint többválaszos kiértékelő elemzéseket. Részletes vizsgálatokat végeztünk Romániára és Magyarországra nézve, feltártuk a fogyasztói és a keresleti oldal főbb összefüggéseit. Magyarországról 1.001 fő, Romániából pedig 1.006 fő vett részt a telefonos felmérésben.

2. Eredmények

2.1. Nevezéktan és definíciók

Botsman & Rogers (2010) az együttműködő gazdaság (collaborative economy) kifejezést használja inkább, semmint sharing economy. Véleményük szerint, a 20. századra jellemző túlfogyasztást, melynek fő motorja a hitelnyújtás, a 21. században felváltja az együttműködő fogyasztás, melynek a tekintély, a presztízs lesz a mozgató rugója. A túlfogyasztást a reklámok határozzák meg és fő jellemvonása a tulajdonlás, az együttműködő fogyasztást pedig a közösség, ahová tartozunk, amelyben élünk és ahol a használati jog megosztása a legfőbb jellemvonás (Botsman & Rogers, 2010). Ugyancsak Botsman & Rogers (2010) felosztotta és típusba rendszerezte a sharing economy vállalkozásokat, a következők szerint: termékelosztó-, újraelosztó- és együttműködő piacokon való részvétel szerint. A termékszolgáltatási rendszerben működő vállalkozások az árukat szolgáltatásként értékesítik, termékértékesítés helyett (pl. p2p autómegosztás, kerékpármegosztás, elektromos roller/robogó megosztás, hajó megosztás stb.). Az újraelosztási piacokon keresztül a ki nem használt termékeket kínálják eladásra (legyen az új vagy használt), megteremtve az esélyt arra, hogy az új tulajdonosa jobban kihasználja azt, mint előző birtokosa (pl. p2p bolhapiac/piactér). Együttműködő piacokon hasonló igényű és érdeklődési körű emberek, érdekcsoportok megosztanak vagy cserélnek konkrét vagy kézzel kevésbé fogható javakat. Lehet ez munkaterület, parkolóhely, szálláshely, különböző készségek, adat/információ, pénz vagy idő megosztás (Botsman & Rogers, 2010).

Sundararajan (2015) és Martin, Upham, & Budd (2015) a p2p piactereken történő megosztás ígéretességét és újdonságát emeli ki, melyen keresztül felhasználók lépnek egymással kapcsolatba gazdasági tevékenység végzése céljából. Sundararajan (2015) és Stephany (2015) a fogyasztási modell eltolódását elemzi, a birtoklástól a közös használat irányába, csökkentve ezáltal az eszközök tulajdonlásának szükségességét.

„A *sharing economy* egy általánosan használt kifejezés, mellyel azon digitális kereskedelmi és non-profit 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, & Abadie, 2016)

Az Európai Bizottság 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:

1. eszközt, erőforrást, időt és/vagy készséget megosztó szolgáltatók, akik lehetnek szolgáltatást alkalmasszerűen kínáló magánszemélyek vagy szakmai minőségben eljáró szolgáltatók (szakmai szolgáltatók)
2. mindezek felhasználói,
3. valamint közvetítők,

akik – online platform útján – kapcsolatot létesítenek a szolgáltatók és a felhasználók között, valamint megkönnyítik közöttük az ügyletet (együttműködési platformok). A közösségi gazdaság keretében zajló ügyletek általában nem járnak tulajdonjog átruházásával, elvégzésük nyereségorientált vagy nonprofit formában is történhet.” (Európai Bizottság, 2016)

Amint arra Schor (2014) értekezésében rávilágít, az a tevékenység tekinthető megosztott gazdasági tevékenységnek, amely kijelenti magáról ezt és a sajtó is ezt tartja irányadónak. Tulajdonképpen mindenki maga döntheti el, hogy az általa végzett tevékenységet a sharing economy gyűjtőfogalom alatt végzi vagy sem. Négy nagy tevékenységi körrel beszél: javak újrahasznosítása, állóeszközök kihasználtságának növelése, szolgáltatások cseréje valamint termelőeszközök megosztása.

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)

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

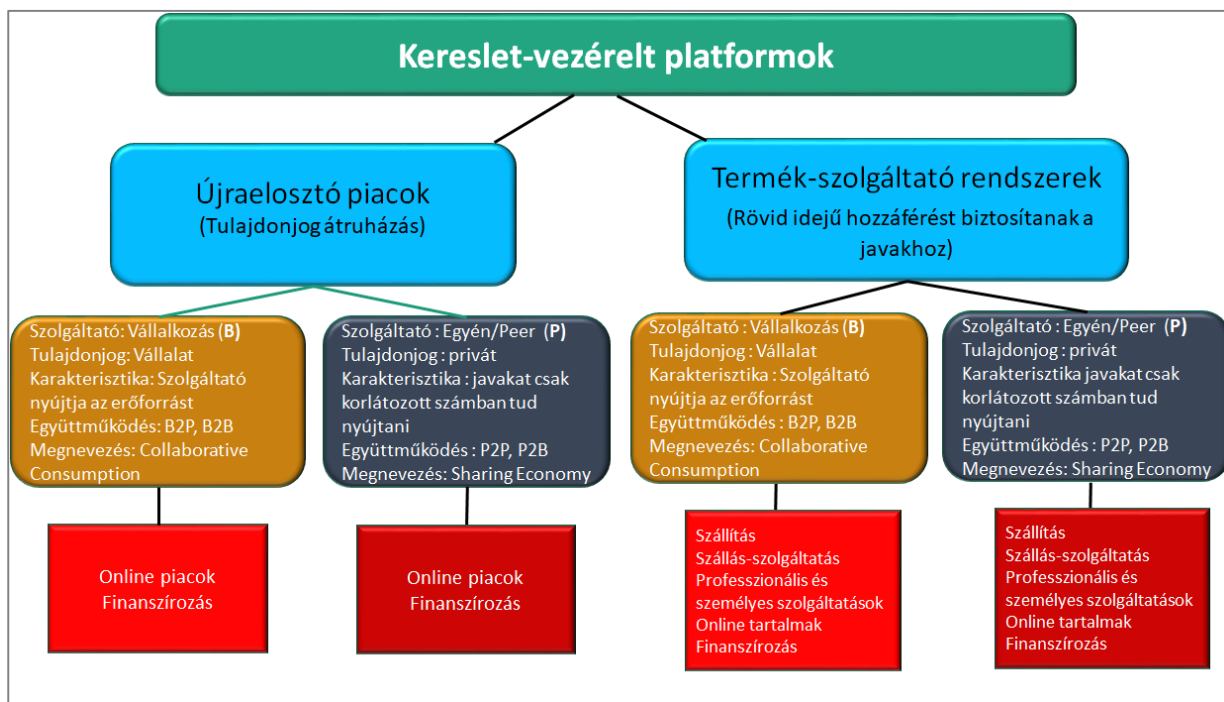
- a tevékenység weboldalon, applikáción vagy online platformon keresztül valósul meg;
- lehetővé teszi a P2P tranzakciót;
- Átmeneti hozzáférést biztosít javakhoz, szolgáltatásokhoz a tulajdon átruházása nélkül. E jellemvonás kizárja a sharing economy ernyője alól a használt cikkek és az online piacokon való értékesítést.
- Ki nem használt eszköz, szolgáltatás, készség vagy erőforrás hasznosul.

A platform alapú, kereslet-elv vezérelt üzleti modell az egyének és vállalkozások csoportját kapcsolja össze, lehetővé téve számukra, hogy a javaikhoz, készségeikhez való hozzáférést megosszák, olyan mértékben, amely korábban nem volt lehetséges.

2.2. A kereslet-elv vezérelt platformok osztályozása

A platform alapú gazdaságok kereslet-vezéreltek, az erőforrás maga a közösség, fő eszközük a termelők és a fogyasztók hálózata. A platform összekapcsolja a gyártókat és a fogyasztókat az értékteremtésnek nevezett folyamatban, ahol a hangsúly nem az egyes tevékenységek szigorú felügyeletére helyeződik, hanem az ökoszisztéma fejlesztésére és felhasználói értékteremtésre koncentrál. A platformok algoritmusai azon dolgoznak, hogy miként lehet maximalizálni egy állandóan bővülő, körkörös, ismétlődő és visszajelzés-alapú ökoszisztéma értékét. Platformok esetében a vállalkozásokra ható külső erők (Porter, 1979) működhetnek, mint értéknövelő külső erők (accretive external forces), ahol a fogyasztók és beszállítók alkuperéje felhasználható erőforrásként. A kereslet-vezérelt platform alapú gazdaságok azáltal teremtenek értéket, hogy lehetővé teszik két vagy több résztvevő csoport között az interakciót.

A kereslet-vezérelt platform alapú gazdaságok esetében indokolt a szolgáltatói csoportok elkülönítése, annak érdekében, hogy különbséget tudjunk tenni a közösségi gazdaság (sharing economy) és együttműködő fogyasztás (collaborative consumption) között (1. ábra). A kereslet-vezérelt platformok további két tevékenységet foglalnak magukba: értékesítést és bérletet. Az értékesítés magába foglalja a tulajdonjog átruházását, míg a bérlet esetében a termék tulajdonjoga a szolgáltatónál marad (1. táblázat).



1. ábra: A kereslet-vezérelt platformok osztályozása

Figure1: Classification of demand-driven platforms

Forrás: Saját szerkesztés Kovács & Nábrádi (2020) alapján, 2020

2.2.1. Újraelosztó piacok osztályozása

Újraelosztó piacok esetében további két jellemző alcsoportot lehet megkülönböztetni (1. ábra) a szolgáltató személyének függvényében: vállalkozás (B - business) vagy magánszemély (P – peer). A vállalkozás saját, vagy idegen eszközökkel és munkaerővel, jövedelemszerzési céllal, hosszú távon, kockázatvállalás mellett végzett gazdasági tevékenységet folytató jogalany. A vállalkozásnak beszámolási kötelezettsége van az adóhatóságok felé (mérleg és eredmény-kimutatás) (Nábrádi, 2015). Ezzel szemben egy magánszemély csak korlátozott készletekkel rendelkezik.

Abban az esetben, amikor a szolgáltató/szállító egy vállalkozás, a fogyasztója lehet egy másik vállalkozás vagy egy magánszemély (B2B, B2P). A tranzakció a tulajdonjog átruházását is maga után vonja, és egységesen együttműködő fogyasztásnak (collaborative consumption) nevezhetjük, amely a B2B és B2P piaci szereplők közti cserét írja le és ahol minden esetben a tranzakció szolgáltatója egy profit-orientált vállalkozás.

Amikor a szolgáltató egy magánszemély (peer), a fogyasztója úgyszintén lehet egy másik magánszemély vagy egy vállalkozás (P2P, P2B). A tranzakció a tulajdonjog átruházását is maga után vonja, és egységesen közösségi gazdaságnak (sharing economy) nevezhetjük, amely a P2P és P2B piaci szereplők közti cserét írja le és ahol minden esetben a tranzakció szolgáltatója egy magánszemély.

Két terület került beazonosításra a kereslet-vezérelt platform alapú újraelosztó piacon, ahol a szolgáltatás nyújtója egy vállalkozás: online piacok és pénzpiac (finanszírozás). Az online piacok rendkívül népszerű értékesítési csatornának számítanak világszerte a fogyasztók körében, melyek rendkívül széles és vásárlásra kész ügyfélkörrel rendelkeznek. A piacterük egyaránt lehet lokális vagy globális. Finanszírozás tekintetében azokat a közösségi finanszírozási platformokat foglalja magába, ahol a befektetett tőkéért (finanszírozásért) cserébe a vállalkozás részesedést kínál fel (részvény alapú finanszírozás – equity based financing).

A kereslet-vezérelt platform alapú újraelosztó piacon, ahol a szolgáltatás nyújtója egy magánszemély (peer) a fent leírtakhoz hasonlóan két terület létezik: online piacok és pénzpiac (finanszírozás). Ez esetben az online piacokat inkább a lokalitás jellemzi, de nem kizárólagosan.

1. táblázat: Az újraelosztó piac és a termék-szolgáltató rendszer összehasonlítása
Table1: Comparison of the redistribution market and product-service system

Újraelosztó piacok	Termék-szolgáltató rendszerek
Termék-központú	Szolgáltatás-központú
A jószág tulajdonjoga átkerül a fogyasztóhoz	A jószág tulajdonjoga a szolgáltatónál marad
Termékek heterogenitása a szolgáltatónál	Szolgáltatások homogenitása a szolgáltatónál
Nem szükséges a személyes találkozás az értékesítés során	A személyes interakció a vásárlóval elengedhetetlen feltétel (kivéve online tartalmak esetén)
A szolgáltatás minősége másodlagos szempont	A szolgáltatás minősége alapvető
A fő terméket érintő marketing tevékenység áthárítható beszállítókra	A fő terméket érintő marketing tevékenység nem hárítható át a szolgáltatást nyújtóra
A szolgáltató alacsony kockázatot vállal a jószág értékesítésével	A szolgáltató az ügylet személyes jellege okán magas kockázatot vállalnak (vagyni és személyes kockázat)

Forrás: Saját szerkesztés Kovács & Nábrádi (2020) alapján, 2020

2.2.2. Termék-szolgáltató piacok osztályozása

A termék-szolgáltató piacok esetében is további két jellemző alcsoportot lehet megkülönböztetni (1. ábra) a szolgáltató személyének függvényében: vállalkozás (B - business) vagy magánszemély (P – peer).

Abban az esetben, amikor a szolgáltató/szállító egy vállalkozás, a fogyasztója lehet egy másik vállalkozás vagy egy magánszemély (B2B, B2P). A szállító rövid távú hozzáférést biztosít a felkínált javakhoz/eszközökhöz, és egységesen együttműködő fogyasztásnak (collaborative consumption) nevezhetjük, amely a B2B és B2P piaci szereplők közti cserét írja le és ahol minden esetben a tranzakció szolgáltatója egy profit-orientált vállalkozás.

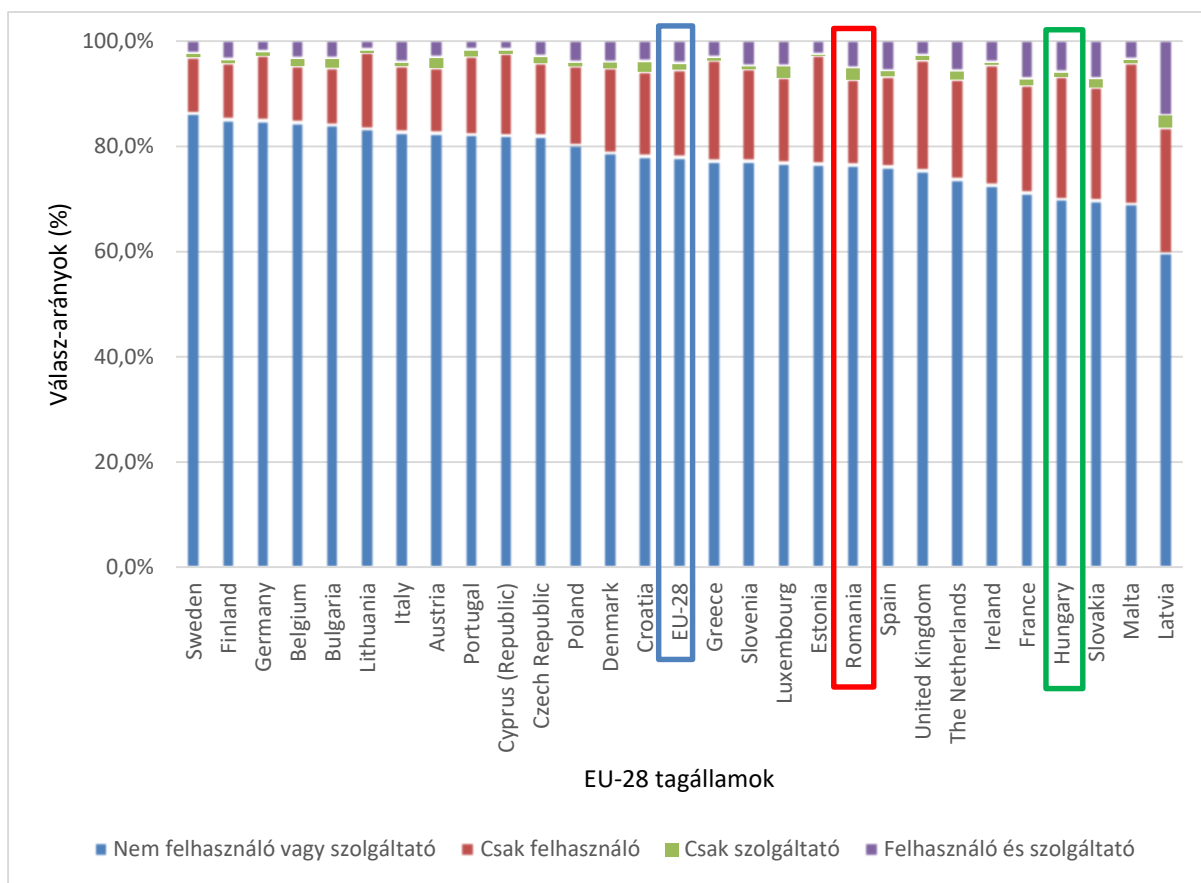
Amikor a szolgáltató egy magánszemély (peer), a fogyasztója úgyszintén lehet egy másik magánszemély vagy egy vállalkozás (P2P, P2B). A szállító rövid távú hozzáférést biztosít a felkínált javakhoz/eszközökhöz, és egységesen közösségi gazdaságnak (sharing economy) nevezhetjük, amely a P2P és P2B piaci szereplők közti cserét írja le és ahol minden esetben a szolgáltatás nyújtója egy magánszemély.

Öt terület került beazonosításra a kereslet-vezérelt platform alapú újraelosztó piacon, ahol a szolgáltatás nyújtója egy jogi személy: szállítási-, szállás-, professzionális- és személyes szolgáltatások, online tartalmak és finanszírozás. Ugyanazon területeket azonosítottuk abban az esetben is, amikor a szolgáltató egy magánszemély (Kovács & Nábrádi, 2020).

2.3. Magyarország és Románia közösségi platform piaca

A „European Commission, Brussels (2018): Flash Eurobarometer 467 (The Use of the Collaborative Economy)” nyílt hozzáférésű adatbázisát SPSS 24 szoftverrel elemeztük, illetve dolgoztuk fel. A feldolgozás eredményeit a következőkben részletezzük.

A közösségi platformok fogyasztói és/vagy szolgáltatói tevékenységét vizsgálva országonkénti bontásban, elég egységes kép rajzolódik ki, hiszen a tagállamok zömében 75-85% között van azok aránya (2. ábra), akik sem felhasználói sem pedig szolgáltatói minőségben nem alkalmazzák e gazdasági trendet. Magyarországon a megkérdezettek közel 30%-a mondta azt, hogy használt már közösségi platformot, akár mint felhasználó, akár mint szolgáltató, esetleg mindkét minőségben jelen van. A legnagyobb aránya a felhasználóknak van (23,3%). A megkérdezettek 6%-a jelen van a közösségi platformon egyaránt, mint felhasználó és szolgáltató. Romániában a felhasználók aránya (16,2%) 50%-al kisebb, mint Magyarországon, a szolgáltatók száma (2,2%) viszont közel háromszorosa a Magyarországinak és kétszerese az EU-28 átlagának (1,1%) is.

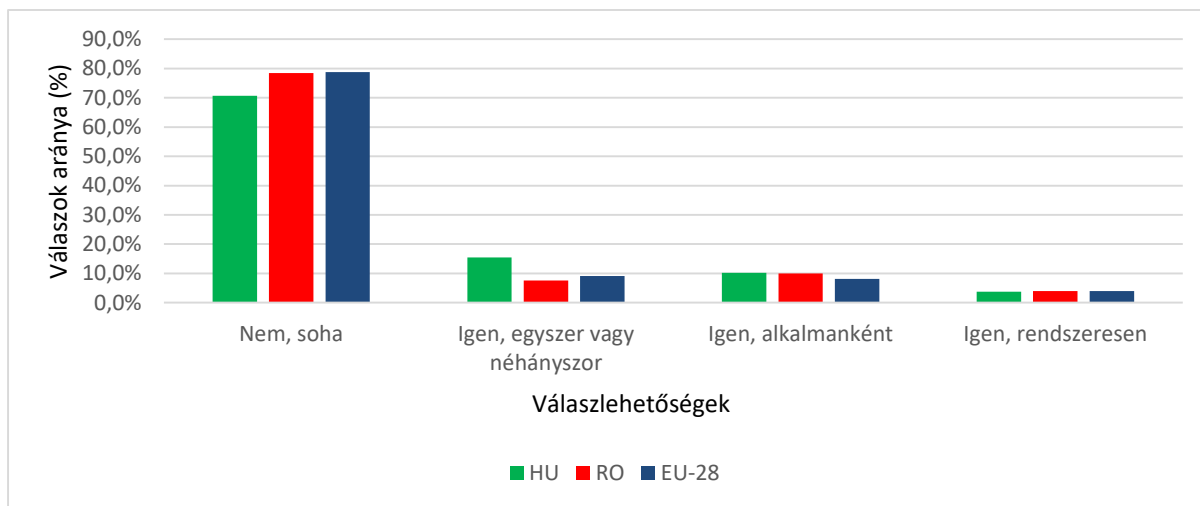


N=26.544

2. ábra: A közösségi gazdaság platformok fogyasztói és szolgáltatói arányai országonkénti bontásban
Figure2: Proportion of users and providers of services offered via collaborative platforms by country
Forrás: Saját szerkesztés, 2020

2.3.1. A közösségi gazdaság platformok fogyasztói oldala

Elemezve csak a felhasználói oldalt, a közösségi platformokon kínált szolgáltatásokat igénybevevők aránya átlagosan 29,3%-os Magyarországon, Románia pedig ettől kissé elmaradva 21,5%, tehát a megkérdezettek kicsivel több, mint egyötöde. (3. ábra) Magyarországon közel 8%-al mondták többen, mint Romániában, vagy akár az EU-28 átlagához mérten is, hogy használják a megosztáson alapuló gazdasági szolgáltatásokat, legyen szó alkalmi vagy rendszeres használatról. Magyarországon kiugróan magas az egyszeri felhasználók aránya (15,4%), kétszerese a romániai aránynak, és 70%-al magasabb az EU-28 átlagánál. Értelemszerűen, Magyarországon a közösségi gazdaság szolgáltatásait nem ismerők aránya is alacsonyabb (70%) mint a Romániai vagy EU-28 közel 80%-os aránya.



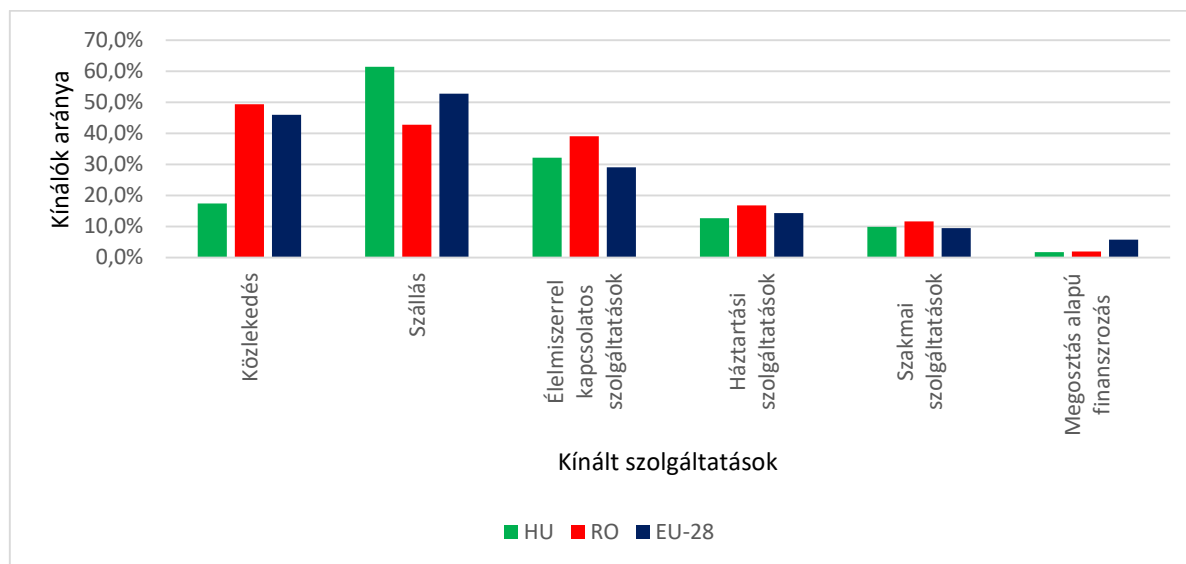
N=26.544

3. ábra: A közösségi platformokon keresztül kínált szolgáltatásokat igénybevevők aránya

Figure3: Proportion of users of services offered via collaborative platforms

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

A felmérés szerint a közlekedési lehetőség megosztását kínáló platformok Romániában igen nagy népszerűségnek örvendenek (4. ábra), minden második (49,3%), közösségi platformot használó élt már ezzel a szolgáltatási lehetőséggel, míg Magyarországon ez az arány jóval alacsonyabb (17,4%), alig ötöde. Szállásmegosztó portálok esetében a magyar felhasználók több mint 60% vett már igénybe ilyen jellegű szolgáltatásokat, az arány az EU-28 átlagát is meghaladja közel 10%-al. A közösségi finanszírozási szolgáltatások népszerűsége harmada az EU-28-as átlaghoz képest (5,7%), százból alig két ember, mind Magyarországon, mind pedig Romániában.



N=5.590

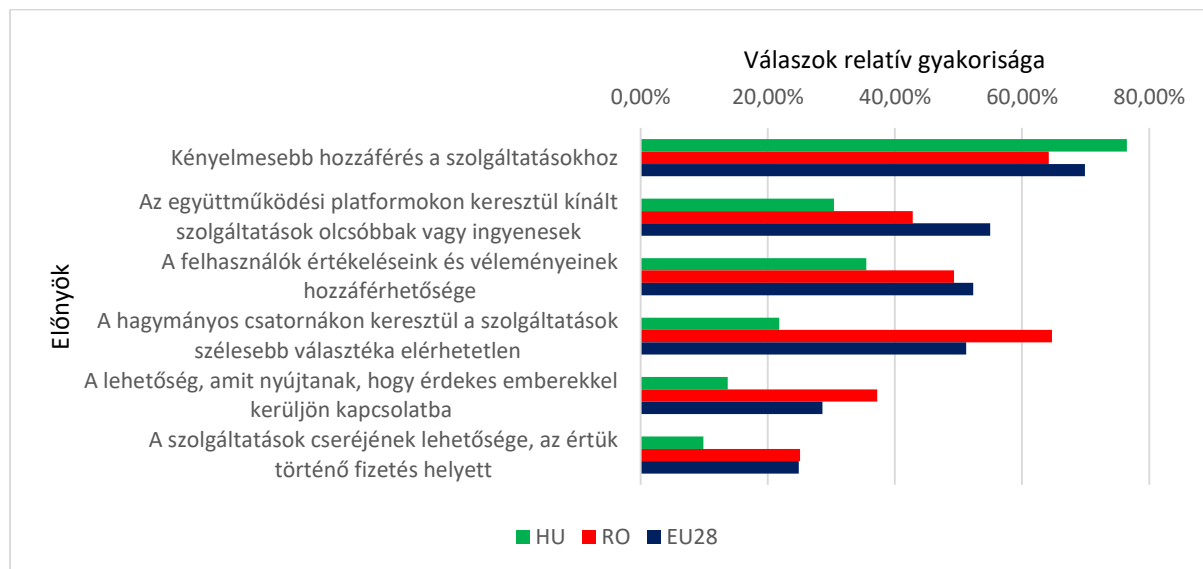
4. ábra: HU-RO-EU28: Az együttműködési platformokon keresztül kínált szolgáltatások népszerűsége

Figure4: HU-RO-EU28: Popularity of services offered via collaborative platforms

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

A válaszadók többsége a kényelmesebb hozzáférést emelte ki, mint legfőbb előnyét a közösségi platformokon keresztül kínált szolgáltatásoknak (5. ábra). A magyar felhasználók több mint háromnegyede (76,5%) emelte ki ezt a tulajdonságát. Éles eltérés mutatkozik a szolgáltatások esetenkénti olcsósága vagy ingyenessége tekintetében, hiszen míg az EU28-ban 55% hivatkozott erre az előnyre, addig Romániában ez az arány alig 43%, Magyarországon pedig 30% vélekedik így. A

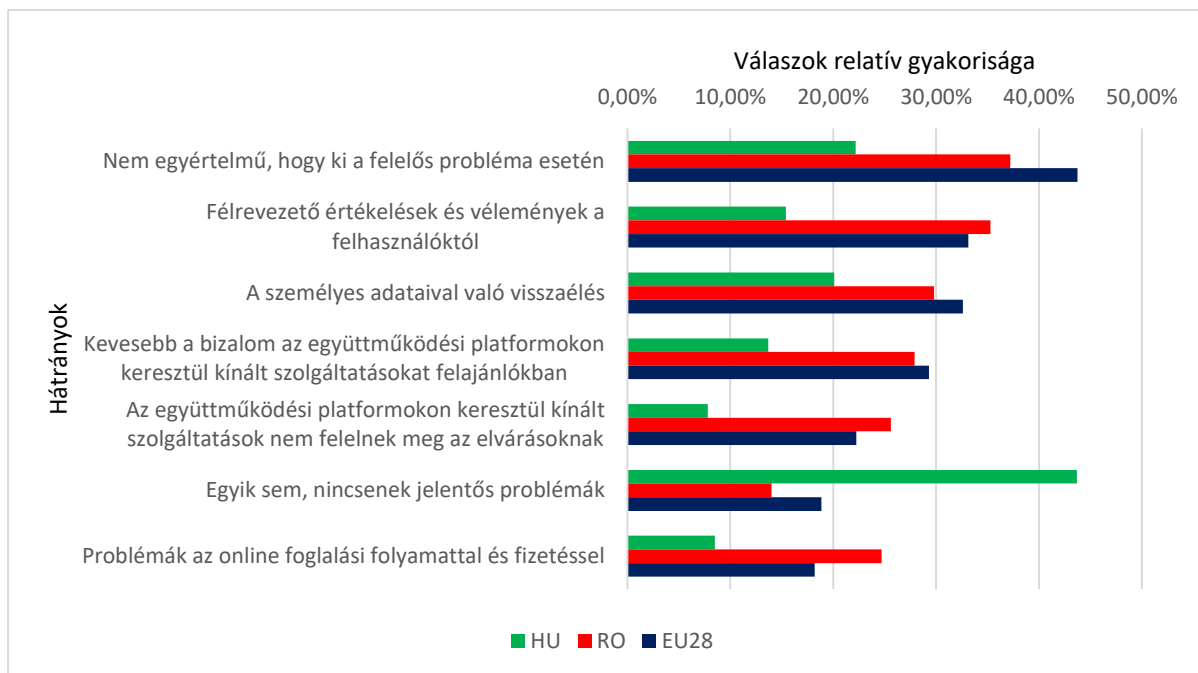
felhasználói értékelések relevanciája Magyarországon (35%) sokkal kisebb, mint az EU28 átlaga (52%), de még a romániai felhasználók is közel fele úgy értékeli, hogy ez a platform kínálja előnyös és hasznos. Romániában, a közösségi gazdaságban részt vevők 65% úgy véli, hogy ily módon olyan szolgáltatásokhoz is hozzájuthat, amihez hagyományos kereskedelmi csatornákon egyébként nem. Ugyanezt a tulajdonságot a magyar felhasználó-fogyasztók alig több mint egyötöde értékeli a sharing economy típusú kereskedelem előnyének. Mivel ez egy olyan kérdés volt a felmérésben, ahol a válaszadó több opciót is megjelölhetett, jól látszik, hogy a magyar felhasználók sokkal szűkmarkúbban bírtak a dicsérettel, mint szomszédjaik, vagy akár az EU-28 átlag.



N=5.590

5. ábra: HU-RO-EU28: Az együttműködési platformokon keresztül igénybe vett szolgáltatások előnyei
Figure5: HU-RO-EU28: Advantages of services offered via collaborative platforms
Forrás: Saját szerkesztés, 2020

A magyar fogyasztó-felhasználók negatív kritikát sem igazán fogalmaztak meg, hiszen közel fele (43,7%) nyilatkozott úgy, hogy nem nagyon tud hátrányokat beazonosítani a közösségi platformokon kínált szolgáltatásokkal kapcsolatosan, mint ahogyan azt sem tartják megoldhatatlan helyzetnek, amennyiben probléma merül fel a szolgáltatással összefüggésben, hiszen csak minden ötödik ember tekint erre a helyzetre hátrányként, szemben az EU28 44%-os átlagával (6. ábra). Összességében a magyar felhasználók inkább pozitívan tekintenek erre az újszerű gazdasági mechanizmusra, a felsorolt hátrányok kevésbé relevánsak, kevésbé zavaróak. Ezzel szemben a román felhasználók bőven bizonytalanok és bizalmatlanok, értékeléseik sokkal inkább illeszkednek/követik az európai felhasználók nézeteit, ennek tükrében több mint 37% értékelte úgy, hogy a szolgáltatás igénybevétele során felmerülő problémák esetében nem tisztázott kinek a feladata azt rendezni. Közel azonos arányban (>35%) ítélték úgy, hogy a fogyasztók/felhasználók értékelései nem mindig tükrözik a valóságot és tízből minden harmadik gondolja úgy, hogy visszaélhetnek személyes adataival az applikációkat és webes platformokat működtetők. Romániában a sharing economy fogyasztók egynegyede arról számolt be, hogy problémákba ütközik az online foglalási és fizetési folyamatok során. Ez az arány kissé magasabb, mint az EU-28 18%-os átlaga. A kapott eredmények tükrében elmondható, hogy a román felhasználók bizalmatlanok az e platformon kínált szolgáltatásokkal szemben, mely bizonytalanság jellemző az EU-28 átlagára is.



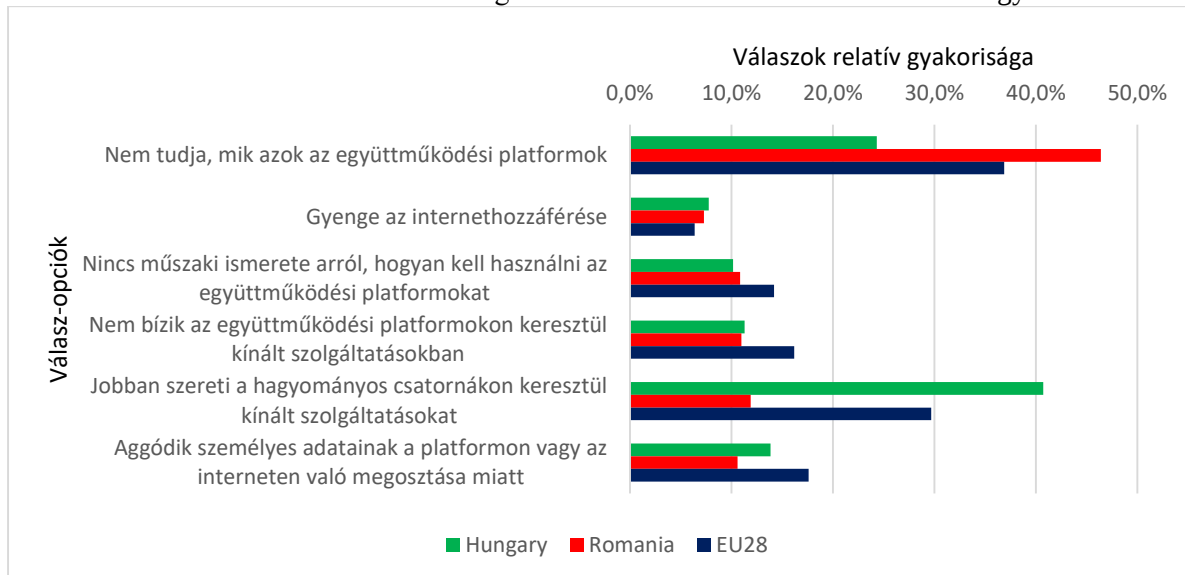
N=5.590

6. ábra: HU-RO-EU28: Az együttműködési platformokon keresztül igénybe vett szolgáltatások hátrányai

Figure6: HU-RO-EU28: Disadvantages of services offered via collaborative platforms

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

Az EU28 tagállamaiban a legfőbb ok, amiért mellőzik a sharing economy platformok használatát, az a sharing economy platformok ismeretének hiánya. (7. ábra) Magyarországon a megkérdezettek csupán negyede hivatkozott erre a válasz-opcióra, Romániában azonban majdnem minden második. A magyarok 40%-a érvelt a mellett, hogy inkább bízik a hagyományos kereskedelmi csatornákon kínált szolgáltatásokban, míg Romániában tízből egy ember gondolta csak így. A személyes adatokkal való visszaéléstől mérsékelten és az EU28 átlaga alatti mértékben tartanak a román és magyar felhasználók.



N=5.590

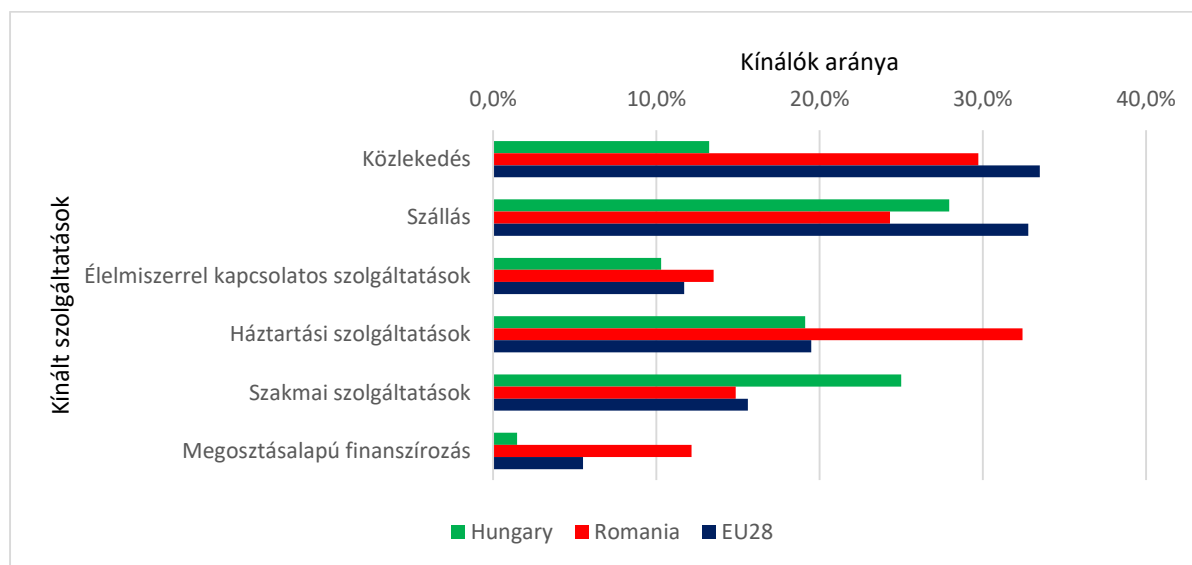
7. ábra: HU-RO-EU28: Az együttműködési platformokon keresztül kínált szolgáltatások mellőzésének okai

Figure7: HU-RO-EU28: Reasons for not using services offered via collaborative platforms

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

2.3.2. A közösségi gazdaság platformok szolgáltatói oldala

Az EU28 felmérésben részt vevők több mint 90% nem kínált még szolgáltatást együttműködési platformokon keresztül, és ez az arány köszön vissza a román és magyar megkérdezettek esetében, nagyon alacsony eltérési értékkel (RO 92,6%, HU 93,2%). Romániában a szolgáltatást nyújtók aránya (egyszeri, alkalmi és rendszeres) 7,4%, ami két százalékponttal fölötté van az EU28 átlagának. A magyarországiak 6,8% kínált már közösségi platformon keresztül szolgáltatást (1. melléklet). Romániában, a sharing economy típusú gazdaságban részt vevők közül a közlekedési és háztartási szolgáltatásokat nyújtóknak van a legnagyobb aránya, 30% körüli értékkel (8. ábra). Magyarországon a közlekedési szolgáltatásokat nyújtók aránya jócskán elmarad ettől (13%), népszerűek viszont a szállás-szolgáltatási és szakmai szolgáltatások. Megosztás alapú finanszírozási szolgáltatásokban a romániai részt vevők 12%-a kínált már e fajta szolgáltatást, ez az EU-28 átlagának a kétszerese, és közel tízszerese a magyarországi kínálati arálynak.

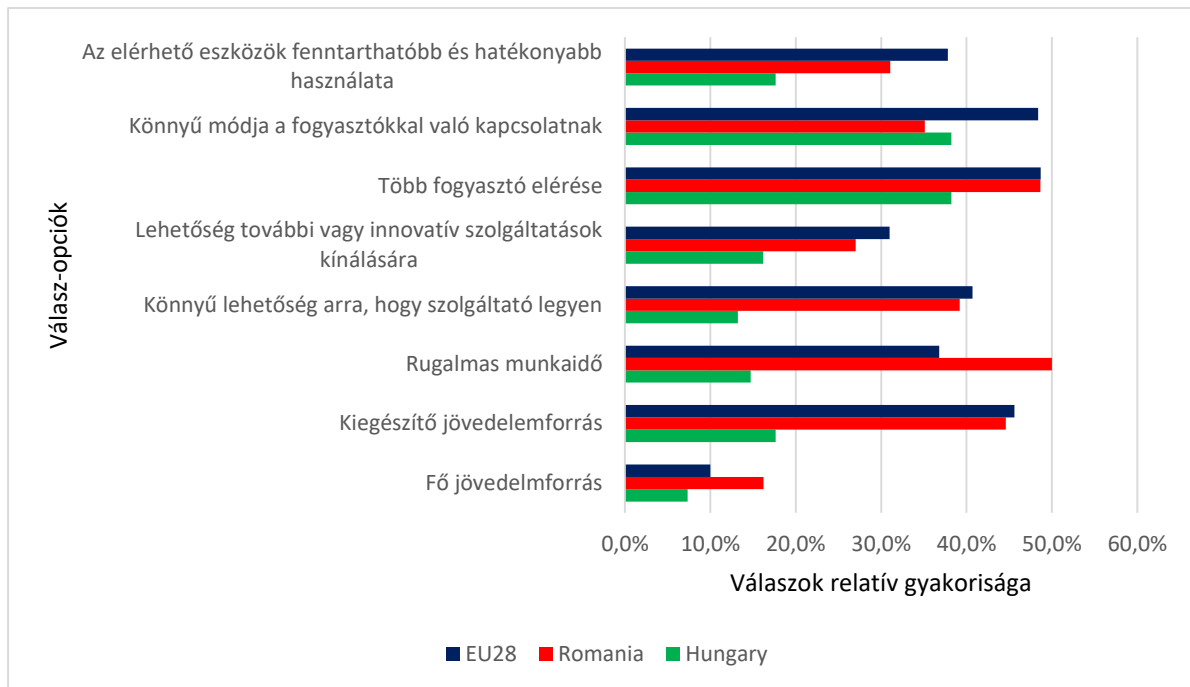


N=1.431

8. ábra: HU-RO-EU28: Az együttműködési platformokon keresztül kínált szolgáltatások népszerűsége
Figure8: HU-RO-EU28: The most commonly offered services via collaborative platforms
Forrás: Saját szerkesztés, 2020

Az együttműködési platformokon keresztül szolgáltatást nyújtók a következő szempontokat tartották fontosnak, ami miatt részt vesznek ebben a gazdasági modellben (9. ábra):

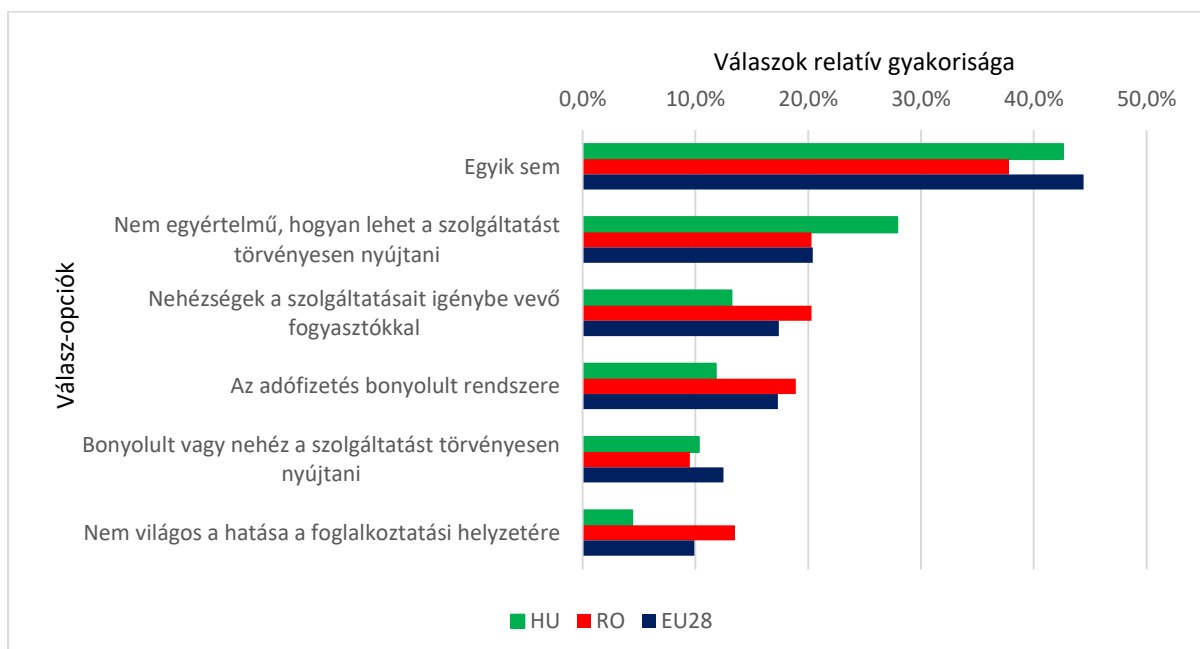
1. A magyarországi szolgáltatók leginkább a fogyasztói elérés és a velük való kapcsolattartás egyszerűségét. Ezt követik a jövedelemforrás kiegészítő- és a fenntarthatósági indokok.
2. A romániai szolgáltatók ezzel szemben a rugalmas munkaidő-beosztást vélik az egyik legfontosabb indoknak (50%), melyet a kiegészítő jövedelemforrás lehetősége és a fogyasztói elérés követ. Véleményük szerint, ily módon könnyű vállalkozni (szolgáltatásokat nyújtani) és a kapcsolattartás egyszerűsége a vevőkkel is hasonlóan fontos szempont. Több mint 16% tekint úgy erre a vállalkozási lehetőségre, mint fő bevételi forrásának a megteremtőjére.



N=1.431

9. ábra: HU-RO-EU28: Az együttműködési platformokon keresztül kínált szolgáltatások okai
Figure9: HU-RO-EU28: Reasons for offering services via collaborative platforms
Forrás: Saját szerkesztés, 2020

Az együttműködési platformokon szolgáltatást kínálók összességében pozitívan tekintenek erre a lehetőségre, hiszen a válaszadók közel fele állítja, hogy nem ütközött semmilyen problémába a platform használatával kapcsolatban. Amennyiben mégis, akkor az a törvényes keretek közt történő szolgáltatásnyújtás és az adófizetési problémákhoz köthető (10. ábra).



N=1.431

10. ábra: HU-RO-EU28: Felmerült problémák az együttműködési platformon szolgáltatást kínálók körében
Figure10: HU-RO-EU28: Main problems of service providers using collaborative platforms
Forrás: Saját szerkesztés, 2020

3. Összefoglalás

A vonatkozó szakirodalom nagyon befogadó, gazdasági tevékenységével bárki beszállhat a közösségi gazdaságernyője alá, elég csak kijelentenie önmagáról ezt, a közvélekedésnek pedig befogadni. Nézetünk szerint szükséges elkülöníteni a szolgáltatói csoportokat, és meghúzni egy határvonalat a sharing economy és a collaborative consumption fogalma között. Véleményünk szerint közösségi gazdaságról (*sharing economy*) csak P2P és P2B konstrukciókban beszélhetünk, ahol a tranzakció a két felhasználó között egy internetes platform segítségével jön létre, a tranzakció elindítója pedig minden esetben egy magánszemély. Kulcseleme a személyes és a közösségi motiváció, tehát hogy valami köré szerveződik egy csoport az információs technológia hathatós segítségével, amely működhet lokálisan vagy akár globális szinten is. A lokális közösségek fizikailag is megvalósulhatnak, összejárhatnak, találkozhatnak, míg a globális közösségek virtuálisan tartják egymással a kapcsolatot és a virtuális térben folytatják le a tevékenységet.

Az együttműködő fogyasztás (*collaborative consumption*) B2P, B2B szereplők közti cserét jelent, ugyancsak digitális platformon keresztül, ám ebben az esetben nem beszélhetünk személyes motivációról, hiszen komplex szervezetek állnak mögöttük. Itt a fenntarthatósági és környezetvédelmi motívumok kerülnek inkább előtérbe, noha nem szabad elfelejteni, hogy egy gazdasági vállalkozás elsődleges célja, hogy a tulajdonos vagyontát gyarapítsa oly módon, hogy fizetőképes fogyasztói igényt elégít ki. Ezért a tanulmányunkban követett (Botsman & Rogers, 2010) féle felosztást a közösségi gazdaságokra vonatkozóan a következőkkel egészítettük ki: abban az esetben, amikor a tranzakció elindítója magánszemély (legyen az bérbeadás, eladás, megosztás, finanszírozás) *sharing economy*-ről beszélünk, ha pedig vállalkozás ad bérbé, értékesít, oszt meg vagy száll be finanszírozási tevékenységbe, abban az esetben *collaborative consumption*-ról van szó.

Magyarországon a közösségi gazdaság szolgáltatásai nagyobb népszerűségnek örvendenek, mint Romániában. A legnépszerűbb szolgáltatások, hasonlóan az EU-28 átlagához, a közlekedési és a szállásslátogatások, jól lehet Magyarországon az Uber 2016-os kitiltását követően a szállítási szolgáltatások népszerűsége igencsak visszaesett. Romániában azonban még semmilyen szabályozás nem vonatkozik a szállítási szolgáltatások internetes platformokon történő közvetítésére, így a legnépszerűbb szolgáltatóknak számítanak. A szállásmegosztó platformok tekintetében Magyarország vezet (> 60%), Románia az EU-28 átlaga alatt helyezkedik el a maga 43%-val.

A román és a magyar felhasználók egyaránt úgy értékelik, hogy az ily módon kínált szolgáltatások legnagyobb előnye a kényelmes hozzáférés, ám ezt követően eltérnek a vélemények. Romániában a felhasználóknak 65%-a vélekedik úgy, hogy ily módon olyan szolgáltatásokhoz is hozzájuthat, amihez hagyományos csatornákon egyáltalán nem, míg a magyar felhasználóknál az értékelések és vélemények hozzáférhetősége szerepel a második helyen, mint előny. Mindkét országban a harmadik helyen a szolgáltatások előnyösebb ára vagy éppen ingyenessége szerepel.

A kérdőívben felsorolt hátrányok tekintetében azt tapasztaltuk, hogy a Romániában élők sokkal több szempontból is aggályosnak tekintik a közösségi gazdaság platformjait, a válaszok relatív gyakoriságát figyelembe véve. Ezzel szemben a magyarországi felhasználók inkább pozitívan szemlélik az újfajta irányzatot (gazdasági mechanizmust), kevésbé relevánsak a hátrányok.

A két ország felhasználói 90% fölötti mértékben értenek egyet abban, hogy indokolt a *sharing economy* platformok kipróbálása és használata.

Romániában és Magyarországon a szolgáltatásokat nyújtók aránya magasabb, mint az EU-28 átlaga. Romániában a közlekedési és háztartási szolgáltatások a legnépszerűbbek, bár kutatásaink során háztartási szolgáltatásokat (kertészkedés, javítások, gyermekfelügyelet) hirdető platformokat nem sikerült feltárnunk. Csak feltételezzük, hogy különböző Facebook-csoportokban vagy online piactereken történt e szolgáltatásoknak a hirdetése, kiejánlása. Magyarországon a szállásslátogatás és szakmai szolgáltatásokat (informatikai szolgáltatások, könyvelés stb.) nyújtók vannak jelen a legnagyobb arányban. Eltérő okok miatt vesznek részt közösségi gazdálkodásban a magyar és a román szolgáltatók. A magyarországi szolgáltatók a fogyasztói eléérés, a kapcsolattartás egyszerűségét, a jövedelem-kiegészítés lehetőségét és a fenntarthatósági indokokat sorolták előre. A romániai szolgáltatók a rugalmas időbeosztást, a jövedelem-kiegészítést és az egyszerű fogyasztói eléérést említik.

4. Következtetések

A közösségi gazdaság (collaborative economy) egy olyan kereslet elvű gazdasági tevékenység, amelyet digitális piacokon technológiai társaságok működtetnek, ahol az árukhoz és szolgáltatásokhoz való azonnali hozzáférés révén elégítik ki a fogyasztói igényeket online internetes platformokon keresztül. A digitális piacokon a termékekkel vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos információt/árut több harmadik fél biztosítja. Az ügyleteket a piac működtetője (technológiai társaság) dolgozza fel.

A sharing economy típusú vállalkozás segíti az egyént, hogy önállóan vállalkozzon, saját javainak online közegben történő megosztásán keresztül. A collaborative consumption elvei szerint működő vállalkozások alternatívái a hagyományos üzleti modell szerint működő vállalkozásoknak, olyan plusz szempontokkal kiegészülve, mint: növekvő hatékonyság (kisebb input, növekvő output), csökkenő tranzakciós költségek, fenntarthatóság, környezetvédelem, optimális fel- és kihasználás és állandó rendelkezésre-állás.

Az eltelt tíz évben számtalan tanulmány látott napvilágot ebben a témában, azonban a mai napig nem alakult ki egy egységes álláspont a tekintetben, hogy mit is jelent és milyen területek tartoznak a közösségi gazdaság ernyője alá és talán ezzel magyarázható, hogy a regulációja is várat még magára. Úgy véljük, hogy a közösségi gazdaság itt megalkotott átfedésektől mentes definíciója egy tisztább képet ad és egyben lehetőséget a szabályozásra, hiszen a napjainkba küszöbön álló újabb krízishelyzet ismételten előtérbe helyezte a közösségi együttműködésben rejlő erőket és lehetőségeket, hiszen képes lehet enyhíteni a válság hatásait, a tevékenység jövedelemkiegészítő jellege folytán.

Hivatkozások

- Botsman, R., & Rogers, R. (2010. 10). *Harwad Business Review*. Letöltés dátuma: 2019. 03 12, forrás: Beyond Zipcar: Collaborative Consumption: <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Business.
- CBInsights. (2020. 01 16). *cbisights.com*. Forrás: The Global Unicorn Club: https://www.cbinsights.com/reports/CB-Insights_Global-Unicorn-Club_2019.xlsx
- Codagnone, C., Biagi, F., & Abadie, F. (2016). *The Passions and the Interests: Unpacking the 'Sharing Economy'*. Institute for Prospective Technological Studies. Seville: JRC Science for Policy Report EUR 27914 EN. doi:10.2791/474555
- Európai Bizottság. (2016). *A közösségi gazdaságra vonatkozó európai menetrend*. Brüsszel: Európai Bizottság. Letöltés dátuma: 2019. 01 06, forrás: [file:///C:/Users/User/Downloads/COM_2016_356_F1_COMMUNICATION_FROM_COMMISSION_TO_INST_HU_V2_P1_851616%20\(1\).PDF](file:///C:/Users/User/Downloads/COM_2016_356_F1_COMMUNICATION_FROM_COMMISSION_TO_INST_HU_V2_P1_851616%20(1).PDF)
- Feiner, L. (2019. 05 10). *Uber ends its first day of trading down more than 7%*. Letöltés dátuma: 2019. 09 15, forrás: CNBC: <https://www.cnbc.com/2019/05/10/uber-ipo-stock-starts-trading-on-the-new-york-stock-exchange.html>
- Heinrichs, H. (2013). Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability. *Gaia*(22(4)), 228-231.
- Kovács, T., & Nábrádi, A. (2020). Types of sharing economies and collaborative consumptions. *Faculty of Economics & Business* (old.: megjelenés alatt). Zagreb: University of Zagreb.
- Martin, C., Upham, P., & Budd, L. (2015. Október). Commercial orientation and grassroots social innovation: insight from the sharing economy. *Ecological Economics*(118), 240-251.
- Nábrádi, A. (2015). *Vállalkozási ismeretek*. Debrecen: University of Debrecen.
- Porter, M. (1979. March). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*.
- Schor, J. (2014. 10). Debating the Sharing Economy. Great Transition Initiative. Forrás: <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>
- Shueh, J. (2014. 02 11). *Government Technology*. Letöltés dátuma: 2019. 03 12, forrás: Why Everyone is Watching the Sharing Economy: <http://www.govtech.com/local/Why-Everyone-is-Watching-the-Sharing-Economy.html>

- Smith, A. (2019). *Uber and Airbnb: Lessons from Sharing Economy Success Stories*. Letöltés dátuma: 2019. 09 15, forrás: Method:CRM: <https://www.method.me/blog/uber-and-airbnb-lessons-from-sharing-economy-success-stories/>
- Stephany, A. (2015). *The Business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy*. London: Palgrave Macmillan UK.
- Sundararajan, A. (2015. 04 08). The Sharing Economy, Part I. *Ideas Never Sleep*. (N. Stern, Kérdező:) Letöltés dátuma: 2019. 01 06, forrás: <http://ideasneversleep.com/article/the-sharing-economy-part-i/>
- Szegedi, L. (2019. 02 15). *Digitális platformok mint a sharing economy munkáltatói?* Letöltés dátuma: 2019. 05 23, forrás: arsbóni.hu: <https://arsboni.hu/digitalis-platformok-mint-a-sharing-economy-munkaltatoi/>

COUNTRY CODE - ISO 3166 * D9 USE OF COLLABORATIVE PLATFORMS: AS A SERVICE PROVIDER Crosstabulation						
% within COUNTRY CODE - ISO 3166						
		SERVICE PROVIDER				Igen
		Nem, soha	Igen, egyszer vagy néhányszor	Igen, alkalmanként	Igen, rendszeresen	
COUNTRY CODE - ISO 3166	Austria	94.9%	2.4%	1.7%	1.0%	5.1%
	Belgium	95.3%	2.6%	1.2%	0.9%	4.7%
	Bulgaria	95.0%	2.3%	1.8%	0.9%	5.0%
	Cyprus (Republic)	97.6%	1.0%	0.6%	0.8%	2.4%
	Czech Republic	95.8%	1.9%	1.0%	1.3%	4.2%
	Germany	97.2%	1.7%	0.9%	0.2%	2.8%
	Denmark	94.8%	2.5%	1.3%	1.4%	5.2%
	Estonia	97.2%	0.8%	1.3%	0.7%	2.8%
	Spain	93.3%	2.9%	1.4%	2.4%	6.7%
	Finland	95.8%	3.0%	1.0%	0.2%	4.2%
	France	91.6%	2.4%	5.0%	1.0%	8.4%
	United Kingdom	96.4%	0.9%	0.8%	1.9%	3.6%
	Greece	96.3%	1.2%	1.6%	0.9%	3.7%
	Croatia	94.2%	2.1%	2.3%	1.4%	5.8%
	Hungary	93.2%	4.7%	1.3%	0.8%	6.8%
	Ireland	95.4%	1.8%	1.6%	1.1%	4.6%
	Italy	95.3%	1.4%	1.8%	1.5%	4.7%
	Lithuania	97.8%	0.8%	1.0%	0.4%	2.2%
	Luxembourg	93.0%	3.2%	3.2%	0.6%	7.0%
	Latvia	83.5%	11.3%	4.1%	1.1%	16.5%
	Malta	95.8%	2.4%	0.8%	1.0%	4.2%
	The Netherlands	92.7%	3.5%	2.5%	1.3%	7.3%
	Poland	95.2%	2.1%	1.9%	0.8%	4.8%
	Portugal	97.1%	1.4%	0.7%	0.8%	2.9%
	Romania	92.6%	2.4%	3.4%	1.6%	7.4%
	Sweden	97.0%	1.6%	0.8%	0.6%	3.0%
	Slovenia	94.7%	3.0%	1.5%	0.8%	5.3%
	Slovakia	91.2%	4.2%	3.5%	1.1%	8.8%
EU-28		94.6%	2.6%	1.8%	1.0%	5.4%

1. melléklet: Közösségi platformokon keresztül szolgáltatást nyújtók aránya az EU-28 tagállamaiban

Annex 1: Proportion of service providers via collaborative platforms in EU-28

Forrás: saját szerkesztés