



A megosztásos gazdasággal kapcsolatos ismeretek, vélemények

Budapest, 2024. január

Vezetői összefoglaló

A fenntarthatóbb gazdaság és társadalom megvalósításához a kihasználatlan kapacitások megosztása, illetve az erőforrások hatékonyabb felhasználása adhatja a legkézenfekvőbb megoldásokat. A megosztáson alapuló (sharing economy) vagy közösségi gazdaság lehetőségei és eszközei komplex gazdasági és társadalmi rendszerként értelmezhetők, amely közösségi hozzáférést tesz lehetővé a szükséges árukhoz, szolgáltatásokhoz, tudáshoz és adatokhoz.

A digitalizáció fejlődése egyre több új eszközzel és megoldással támogatja a megosztásos gazdaságot, a korábban offline módon működő, közösséginek tekinthető szolgáltatások is új felületeket és eszközöket kaptak a digitalizáció elterjedése és fejlődése következtében.

A közösségi gazdaság térhódítása kimondottan szembetűnő, népszerűsége töretlenül nő, egyre nagyobb hatást gyakorol a társadalomra. Számos területen kínál alternatív megoldásokat a hagyományos gazdasági modellekkel szemben, és olyan globális kihívások megoldásához is hozzájárulhat, mint a forráskimerülés vagy a túlnépesedés.

A közösségi gazdaság gyors terjedése mögött három egymással összefüggő körülmény hatása áll. Az infokommunikációs technológiák dinamikus fejlődése és térnyerése, amely a gyors és mindenütt elérhető internetkapcsolat, az okostelefonok és a felhasználóbarát alkalmazások használatával jellemezhető, a gondolkodásmód változását felgyorsító pénzügyi és gazdasági válság, amely, a rendelkezésre álló erőforrások hatékonyabb használatára készítette gazdasági szereplőket, és a digitalizáció vívmányainak használatát már gyerekkorában elsajátító vagy már az új technológiai korszakba születő új generációk szerepe.

. A közösségi fogyasztáson alapuló gazdaság meghatározó eleme, hogy a tulajdonlás helyett az igényalapú (on demand) hozzáféréseken van a hangsúly, ami átmeneti jellegű, és számos esetben a felhasználók közvetlen összekötésén alapuló megoldások alkalmazására épül.

Az igényalapú hozzáférésnek pedig a legtöbb esetben a kihasználatlan kapacitások megosztása adja a kínálati oldalát. A megosztásos gazdaság előnyei közt az erőforrások jobb kihasználása mellett érdemes kiemelni az alacsony költségvonzatot, a közösségi hálózatokat erősítő hatását, és a környezetet terhelő gazdasági hatások csökkentését.

A megosztásos gazdaság hátrányai közé sorolhatók a sok munkajogi vitát gerjesztő és a jogalkotók számára számos szabályozási feladatot adó konfliktusok, a klasszikus munkavállalói státusz, és a hozzá tartozó munkavállalói jogok meggyengülésével kapcsolatos kihívások. Gyakori mellékhatás a munkahelyek megszűnése, vagy épp a gyors üzleti és pénzügyi növekedést elérő „sharing” cégek kvázi monopolhelyzetbe kerülése. A C2C (fogyasztók közötti) szolgáltatások minőségének egyenetlensége is a kritikákat soroló listán található.

Az is gyakori és jellemző, hogy a hagyományos gazdaság konkurens szereplőinek erős érdekérvényesítő képességének köszönhetően tevékenységük korlátozására vagy beszüntetésére kényszerülnek az új megosztásos modell képviselői.

A megosztásos/közösségi gazdaság fogalmának használata nem egyértelmű, több rokon fogalmat, és az ezekhez kapcsolódó üzleti modelleket, cégtípusokat takar. A sharing economy fogalmának

háttérben három külön-külön is dinamikusan fejlődő kereskedelmi – szolgáltatási és üzleti modell áll. A fogyasztók egymás közötti interakcióin alapuló csere (peer-to peer) gazdaság, a hozzáférés (nem birtoklás) alapú gazdaság, valamint a körkörös (körforgásos) gazdaság, azaz a javak és erőforrások hatékonyabb, fenntarthatóbb használata, a termékek újrahasználata, újrahasznosítása által.

A gazdasági, társadalmi és környezeti fenntarthatóság szempontjából egyaránt alapvető kérdés, hogy egy közösségi szolgáltatás esetében a meglévő erőforrások, eszközök és infrastruktúra hatékonyabb felhasználásáról van-e szó a megosztás révén, vagy teljesen új kapacitások jönnek létre, melyek kifejezetten az ilyen jellegű új, piaci és gazdasági igényeket hivatottak kielégíteni.

A megosztásos gazdaság szempontjából kiemelkedő iparágak – C2C hitelezés és közösségi finanszírozás, online távmunka, lakásmegosztás, autómegosztás, online zene és videó streamelés – 2013-ban még „csak” kb. 15 milliárd dollár árbevételt értek el, ami akkor a teljes piacok valamivel több mint 5%-át jelentette. Az elmúlt években exponenciálisan nőtt a megosztáson alapuló gazdaság piaci mérete, amit 2022-ben már 387,1 milliárd dollárra értékelték, és konszenzusos mutatkozik abban, hogy a ez a piac 2031-re több mint 1 billió dolláros bevételt ér majd el.

A mesterséges intelligencia alkalmazása nagyban hozzájárul a megosztáson alapuló gazdaság platformjainak és szolgáltatásainak gyors és átfogó fejlesztéséhez, a vállalatok egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek arra, hogy segítségével jobban megértsék és kiszolgálják fogyasztóikat.

A megosztáson alapuló gazdaság gyors növekedését az említetteken túl a növekvő urbanizáció, a közösségi megosztás ismertségének növekedése, a belépési korlátok csökkenése és a fogyasztóknak nyújtott pénzügyi előnyök hajtják, mindez új üzleti lehetőségek és további bevételi források előtt nyitja meg az utat mind a magánszemélyek, mind a vállalkozások számára.

A hagyományos gazdaság üzleti monopóliumainak pozícióját megingatták a sharing economy elvén alapuló, folyamatosan fejlődő és tökéletesedő új üzleti formák. Ennek eredményeként egyes ágazatokban új, monopolisztikus pozícióban lévő szolgáltatók jöttek létre, miközben a hagyományos üzleti modellek mentén működő vállalatok is igyekeznek alkalmazkodni az új kihívásokhoz.

Az olyan nagy nemzetközi szolgáltatók, mint az Airbnb vagy Bolt térhódítása mellett, a hazai szereplők, mint pl. az Oszkár telekocsi, a Greengo autómegosztó szolgáltatása vagy a szallas.hu is sikeresen növelik részesedésüket.

A megosztásos gazdaság hatékony és széles körben történő elterjedésének a magasszintű internetpenetráció, és az infokommunikációs eszközökhöz történő hozzáférés mellett előfeltétele a megfelelő digitális tudás, ezért gyors elterjedésben a digitális szakadék jelenti az egyik legfőbb akadályt.

A magyar lakosság eszközzel és hozzáféréssel rendelkező része naponta internetezik, a világhálón eltöltött idő napi átlaga Magyarországon is 3-5 óra, ami folyamatosan nő. Az okostelefonok a legnépszerűbb eszközökké váltak az internetezéshez, a mobilinternet térnyerése alapjaiban változtatta meg a társadalom internetezési szokásait. Az internetezési szokások, és a használt

eszközök száma eltérést mutat az életkor, a lakóhely, a társadalmi-gazdasági státusz és a nem tekintetében.

2024 decemberében a válaszolók 31 százaléka válaszolta azt, hogy ismeri a közösségi gazdaság kifejezést, az elmúlt években nem növekedett azok aránya, akik tisztában vannak a fogalom jelentésével. Nagyobb arányban ismerik a fogalmat a férfiak, a legalább érettségizettek, akik átlagosnak, vagy az átlagosnál jobb anyagi helyzetűnek vélik magukat.

A válaszadók több mint egynegyede találkozott már olyan konkrét megoldással, amelyben a felhasználók megosztanak egymás között valamilyen terméket vagy szolgáltatást.

A közösségi szolgáltatások elterjedésében, használatában és a megosztás, mint hatékony gazdasági eszköz megítélésében a COVID 19 járvány időszaka fontos vízválasztót jelentett, és részben ezzel is magyarázható, hogy a fogalom és a modell ismertségének bővülése megtorpant az elmúlt években.

A közlekedési szektorban a megosztásnak kiemelt szerepe van egy fenntarthatóbb közlekedési modell kialakulásában és elterjedésében. A kerékpár-megosztó rendszerek nagyban hozzájárulnak a fenntarthatóbb városi közlekedéshez, és támogatják a járművek közösségi használatának népszerűsítését és elterjedését. A telekocsi (carpooling, ride-sharing) és az autómegosztás (carsharing) szerepe ennél is átfogóbb, a személyes mobilitás egy új, kevesebb autóval jellemezhető modelljének alapjait és működési algoritmusait teremti meg.

Az autómegosztók által alkalmazott digitális megoldások és applikációk előkészítik a terepet az olyan jövőbeli szolgáltatások fejlesztéséhez és elterjedéséhez, mint az önvezető autók megosztása vagy a vezető nélküli „robotaxi” üzemeltetése.

A közösségi gazdaság konkrét szolgáltatásainak spontán ismertségét vizsgálva elsősorban a közlekedés és autómegosztás területéhez kapcsolódó válaszok születtek. A válaszadók 23 százaléka a közlekedés és autómegosztás területén találkozott valamilyen szolgáltatással, második helyen a szálláshely-megosztás áll 13 százalékos említettséggel, harmadikként a válaszolók 2-6 százaléka említett más típusú szolgáltatást vagy terméket, főleg étkezéssel és élelmiszermegosztással, illetve tárgyak és eszközök megosztásával kapcsolatos megoldásokra asszociált.

Leginkább a fiatal, 35 év alatti korcsoportra jellemző, hogy hallottak és találkoztak ilyenekkel és meg is tudják nevezni őket. A diplomásokra, az átlagnál jobb anyagi helyzetűekre, és a fővárosiakra is jellemzőbb, hogy találkoztak a közösségi gazdasággal. A proaktív közösségi médiahasználati csoportra szintén az átlagnál jellemzőbb ez az ismeret.

A különféle közlekedési módok közül a 2024 év végi felmérésünk tanúsága alapján a gyalogos közlekedés után a közúton történő autós (saját vagy bérelt gépjármű, taxi) és busszal történő (helyi, távolsági) közlekedés, továbbá a kerékpárral történő közlekedés áll dobogós helyen. Ezt pedig a kötöttpályás vasúti közlekedés (vonat, illetve hév vagy villamos, metró) követi. A negyedik a saját autó, melyet a válaszadók kétharmada említett, hogy legalább havi rendszerességgel vagy ritkábban használ. A kerékpár a megkérdezettek hattizedére, a roller és a motorkerékpár használata pedig egy-egy tizedükre jellemző.

Saját autóval az összes válaszadó egyötöde közlekedik naponta, további 30 százalék legalább heti egyszer. Saját kerékpárral a válaszadók 13 százaléka közlekedik naponta, további 18 százalék hetente. A konkrét tömegközlekedési eszközök között a helyi busz vagy trolibusz áll az első helyen, 14 százalék naponta, további 16 százalék legalább heti egyszer igénybe veszi ezt az eszközt (soha nem veszi igénybe 28 százalék).

A válaszolók közel egyharmada említette a taxit, míg bérelt autót, illetve valamilyen autómegosztót (carsharing) 15 százalék szokott használni, igaz a többségük ritkábban, mint havonta teszi ezt. Hasonló arányban 14 százalék jelölte meg telekocsit (ride-sharing, carpooling) mint közösségi közlekedési eszközt.

A közlekedésmódok összefüggései alapján öt nagy csoport különíthető el: a gyalogos közlekedés, a saját autóval történő közlekedés, az elsősorban saját kerékpárral történő közlekedés, a hagyományos helyi tömegközlekedés, és végül az egy csoportot alkotó megosztásos, közösségi jellegű és alternatív közlekedési módok, valamint a hagyományos eszközök közül a távolsági módok.

A válaszadók egytizedével fordult már elő, hogy online alkalmazás segítségével talált valakit, aki felvette és – mérsékelt díj ellenében – saját járművével szállította úti céljához. A „telekocsi” típusú szolgáltatásokat a válaszadók háromnegyede alkalmanként veszi igénybe, egytizedükre jellemző a rendszeres használat. Első sorban azok használják a telekocsit, akik azt választották, hogy már használtak közösségi módon autós közlekedést, továbbá akik használtak már bérelt kerékpárt, vagy rollert, illetve bérelt autót, taxit. Szignifikánsan kevésbé fordult elő ilyen szolgáltatás használata azok körében, akik évente több mint 15 ezer kilométert vezetnek, illetve akiknek nincs autójuk vagy jogosítványuk.

A szolgáltatás kedveltségét jelzi, hogy a korábbi használók kétharmada azt állítja, a jövőben is biztosan, vagy legalábbis valószínűleg fog így utazni. Az összes válaszadónak összességében 5 százaléka biztosan, további 15 százaléka valószínűleg a jövőben (is) fog „telekocsival” utazni, míg a felük biztosan nem. A legalább valószínű tervezett használatot elsősorban a fiatalabb életkorúak, a megyei jogú városokban és városokban élők, a proaktív közösségi médiahasználatúak jellemezhető csoport körében tapasztaltuk. A telekocsi-szolgáltatások közül használat szempontjából messze kiemelkedik az oszkar.com.

Az utazási, közlekedési, járműhasználati szokások határozottan befolyásolják a véleményeket. Akik azt tervezik, hogy valószínűleg, vagy biztosan fognak „telekocsival” utazni a jövőben, elsősorban a következő csoportokban jellemző: használtak már autót közösségi módon, terveznek autót vásárolni, valamint használtak már rollert vagy bérelt kerékpárt, taxiztak már, vagy béreltek autót.

A kérdezettek egyhatoda mondta, hogy használta már járműmegosztó szolgáltatás (rövidtávú bérletet biztosító) járművét: hattizedük autót (carsharing), míg kerékpárt és e-rollert egyaránt egyharmaduk kölcsönzött ilyen módon.

Akik már éltek ilyen lehetőségekkel, azok már többször is kölcsönöztek így járművet, sőt közel egyhatoduk rendszeresen így közlekedik. Nagy többségük (öthatoduk) a jövőben is tervezi, hogy így szervezi utazását. Akik még nem használták a járműmegosztást, azok ötöde valószínűleg

kipróbálná, 60 százalékuk most úgy gondolja, hogy biztosan nem. Amennyiben az összes válaszadót vizsgáljuk, akkor 50 százalékuk jelezte, hogy biztosan nem használná ezt a szolgáltatást, míg egytizedük biztosan, további hatodik valószínűleg fog a jövőben (is) így utazni. A válaszolók kevesebb, mint tizede mondta, hogy eddig nem hallott ilyen szolgáltatásról, de kétharmaduk jelezte, hogy miután most tudomást szerzett erről a lehetőségről lehet, hogy kipróbálná, és további 4 százalékuk szívesen kipróbálná azt. A járműmegosztó szolgáltatások közül a legtöbben a Mol Bubit, a Mol Limo-t és a Greengo-t ismerik. E kutatási megbízás célja a környezeti fenntarthatóság témakörének alapvető összefüggéseit, a kihívások és lehetőségek, új modellek és technológiák hazai percepcióját vizsgáló tanulmányok készítése.

E kutatási megbízás célja a környezeti fenntarthatóság kérdésének alapvető összefüggéseit, a kihívások és lehetőségek, új modellek és technológiák hazai percepcióját vizsgáló tanulmányok készítése.

A tanulmányok fókuszában a magyar társadalom különböző csoportjainak tudásszintje, attitűdjei, véleménye, aktivitási potenciálja áll. A tanulmányok célja a kiválasztott témakörök társadalmi összefüggéseinek feldolgozása. Az elemzésekben a felmérési adatok feldolgozása és ismertetése mellett kitérünk a témakört érintő más forrásokból elérhető adatok ismertetésére, értelmezésére.

A jelenlegi kutatás fő témakörei a megosztásos gazdaság, ezen belül a közösségi gazdasággal kapcsolatos ismeretek, tapasztalatok, kölcsönzéssel, megosztással kapcsolatos attitűdök. A tanulmány kiemelten foglalkozik a közösségi gazdaság elsősorban utazással kapcsolatos szolgáltatástípusának ismertségével, a szolgáltatások használatával, elfogadottságával Magyarországon.

A megosztásos gazdaság meghatározása, jellemzői, jelentősége

A mainál fenntarthatóbb módon működő gazdaság és társadalom megvalósításához a kihasználatlan kapacitások megosztása, illetve az erőforrások hatékonyabb felhasználása adhatja a legkézenfekvőbb megoldásokat. A megosztáson alapuló (sharing economy) vagy közösségi gazdaság lehetőségei és eszközei egy komplex gazdasági és szociális rendszerként is értelmezhetők, amely közösségi hozzáférést tesz lehetővé a szükséges árukhoz, szolgáltatásokhoz, tudáshoz és adatokhoz. Egy ilyen megosztásos gazdaságban a felhasználóknak nem kell feltétlenül birtokolniuk a szükséges eszközöket és forrásokat, akkor juthatnak azokhoz hozzá, amikor épp szükségük van rá.

A digitalizáció fejlődése egyre több új eszközzel és megoldással támogatja a megosztásos gazdaságot, a korábban offline módon működő, közösséginek tekinthető szolgáltatások is új felületeket és eszközöket kaptak a digitalizáció elterjedése és fejlődése következtében.

A „megosztásos gazdaság” és a „közösségi gazdaság” kifejezéseket gyakran egymás szinonimájaként használják, de tartalmi szempontból van köztük némi különbség. A megosztásos gazdaság tágabb fogalom, amely magában foglalja a közösségi gazdaságot is. A közösségi gazdaság olyan megosztásos gazdasági tevékenységekre utal, amelyekben a hangsúly a közösségi értékeken és célokon van.

A megosztásos gazdaság:

- A megosztásos gazdaság olyan gazdasági modell, amelyben az emberek fizikai vagy nem fizikai javakat osztanak meg egymással.
- A megosztás történhet online platformokon keresztül vagy személyesen is.
- A megosztásos gazdaság magában foglalja a profitorientált és a nonprofitevékenységeket is.

A „megosztásos gazdaság” kifejezés használatakor általánosságban beszélünk az emberek közötti megosztáson alapuló gazdasági tevékenységekről (pl. Airbnb, Uber, BlaBlaCar, Oszkár, MOL Bubi, MOL Limo).

A közösségi gazdaság:

- A közösségi gazdaság a megosztásos gazdaság olyan formája, amelyben a hangsúly a közösségi értékeken van.
- A közösségi gazdaságban a megosztás célja nem feltétlenül a profitmaximalizálás.
- A közösségi gazdaságban a megosztás történhet nonprofit szervezetek, közösségi csoportok vagy akár önkormányzatok által működtetett platformokon keresztül.

A közösségi gazdaság - amelyre kiváló példát jelentenek a közösségi kertek, az ételmegosztás, az időbankok - a megosztásos gazdaság fontos része tehát.

A megosztásos gazdaság nemcsak a működési modellt, hanem a technológiai háttérrel, a

gazdasági ösztönzőket, a biztonságos pénzügyi tranzakciók meglétét is tartalmazó, tágabb fogalom. „Egy olyan internetalapú rendszer, ahol a felhasználók közvetlenül egymással kommunikálnak. [...] A szolgáltatás minőségét az biztosítja, hogy a felhasználók véleményezik azt. Működését a technológia fejlődése (peer-to-peer rendszerek), a szélessávú internethozzáférés, az okoseszközök és a mobilinternet tette lehetővé. Működésében nagy szerepe van még az online fizetési rendszereknek.” (Molnár, 2015)¹

A megosztáson alapuló gazdaság népszerűsége a 2010-es évek elején kezdett gyorsan növekedni, a modell az Egyesült Államokból indult, majd elterjedt Nyugat-Európában és megkésve, de Kelet-Közép-Európában, végül pedig Ázsiában is (Bálint, 2021). Az elmúlt 15 évben fejlesztett ingyen, havi díjért vagy eseti díjért szolgáltatásokat kínáló modellek sikere, nagyban közrejátszott a sharing economy kialakulásában:

- Online zenei és video streaming szolgáltatások (Spotify, Netflix)
- MOOC- Massive Open Online Courses online tanfolyamok végzésére (lynda.com)
- SaaS- Software as a Service szoftverek használatára (Evernote)
- IaaS- Infrastructure as a Service online tárhely felhasználására (Dropbox)

Valójában a modell sem új, mert közösségi gazdaság az is, ha nem üzletszerűen, hanem magánemberként cserélünk vagy adunk el egymás között használt cikket, vagy akár új termékeket. Viszont új a megvalósítás: korábban szervezetlen volt az üzletkötés (személyes ismertség, apróhirdetések), de a web és a mobil technológiák olyan platformot adnak, amelyen keresztül könnyen és gyorsan lehet információt megosztani és kommunikálni. Az elmúlt közel negyed évszázadban fokozatosan, technológiai, pénzforgalmi és szabályozási akadályokon is felülkerekedve az élet egyre több területén kaptak szerepet a közösségi fogyasztáson (collaborative consumption) alapuló megoldások, melyek lényege, hogy a fogyasztók más fogyasztókkal való közvetlen interakció vagy közvetítő útján értékes erőforrásokat vagy szolgáltatásokat szereznek meg ideiglenesen vagy tartósan.

Régi találmány az is, hogy a fogyasztó bérbe vesz bizonyos javakat ahelyett, hogy megvásárolná azokat. A legkézenfekvőbb példa erre az autóbérlés és a stoppolás. Az internet, majd az okostelefonok használatának elterjedése jóval könnyebbé tette a két fogyasztó közötti közvetlen kapcsolat megteremtését és új lehetőségeket nyitott meg az addig kihasználatlan erőforrások áruba bocsátására.

¹ Molnár Ildikó (2015): Sharing economy. Hálózati ismeretek I. ELTE BTK Könyvtár- és Információtudományi Intézet (<http://konyvtartudomany.elte.hu/KONYVTAR/dolgozatok/2015a2/sharingeconomy.html>)

Példák a megosztásos és közösségi gazdaság magyarországi megjelenésére:

Utazás

Oszkár (www.oszkar.com)

Az Oszkár telekocsi nevű szolgáltatás 2007 óta működik. Lényege, hogy az autósok felajánlhatják szabad helyeiket, az utasok pedig a lassú tömegközlekedés helyett találhatnak egy más utazási formát. Ha valakinek vannak szabad helyei az autójában, azt meghirdetheti, az utazni kívánók pedig megkereshetik azokat, erre pedig használhatják a weboldalt vagy a mobilalkalmazást is. A rendszer előnye, hogy környezetbarát, olcsóbb, mint a tömegközlekedés. Számos országban elterjedt.²

BlaBlaCar (www.blablacar.hu)

A BlaBlaCar is autósokat és utasokat összehozó platform. 12 országban érhető el, köztük Magyarországon is.

Uber (<https://www.uber.com/hu/hu/>)

2019-ben alapították San Franciscóban. A működése nagyon egyszerű: csak választanunk kell egyet a közelükben lévő sofőrök közül, akik egyes országokban nem feltétlenül taxisofőrök, hanem bárki regisztrálhat sofőrként, akinek van szabad hely az autójában. Magyarországon 2014-ben jelent meg, és sikeresen terjeszkedett (1200 sofőr és 160 ezer felhasználó). 2016. július 24-én azonban határozatlan időre felfüggesztette szolgáltatását, majd kivonult Magyarországról, miután a magyar törvényhozás számára hátrányosan változtatta meg az általa nyújtott személyszállítási szolgáltatások jogszabályi környezetét. 2024. július 13-ától ismét elérhető, viszont csak taxis tarifarendszerrel. 173 ország 785 városában van jelen.

Bolt (<https://bolt.eu/hu-hu/>)

A Bolt több mint 40 ország 200 városában üzemeltet személyszállítási, ételszállítási szolgáltatásokat és járműbérletet. 2013 óta van jelen, eredeti neve Taxify volt, a peer-to-peer rendszerű autós személyszállítás később elektromos robogókkal, illetve elektromos rollerekkel bővült, illetve 2019-től ételszállítással is elkezdtek foglalkozni.

Járműkölcshözés

MOL LIMO (<https://mollimo.hu/>)

Greengo (<https://greengo.com/hu/>)

ShareNow (<https://www.share-now.com/hu/hu/long-term-carsharing/>)

WIGO (<https://www.wigomobility.com/hu/carsharing/kezdolap>)

HoppyGo (<https://www.hoppygomobility.com/>)

MOL Bubi (<https://molbubi.hu/hu/>)

Szállás

Airbnb

Ezzel a szolgáltatással számos országban lakást, házat vagy szobát lehet bérelni 190 országban és 30000 különböző városban. Szűrők segítségével beállíthatjuk az érkezés és a távozás időpontját, a férőhelyek számát, az árat, valamint egyéb jellemzőket is. Közvetlenül a bérbeadóval kommunikálhatunk. Van mobilalkalmazás és weboldal is.

² Az Oszkár elődjének tekinthető Magyarországon a Kenguru telekocsis szolgáltatás. A kis fővárosi irodából még az internet előtti időkben működtetett vállalkozás, amely az utazást kereső és kínáló ügyfelek között közvetített személyesen és telefonon, miközben kartotékrendszerben vezette az aktuális ajánlatokat. (Molnár 2015)

További példák a megosztásos és közösségi gazdaságra:

Couchsurfing

Ez is szállásfoglalást kínáló szolgáltatás, amely többnyire szíveségi alapon működik. Amennyiben pénzért, akkor a piaci árnál sokkal olcsóbban kínál szállást. . Regisztráció után kiválaszthatjuk az úti célunkat és tartózkodásunk idejét. Ezután az oldal kilistázza az ajánlatokat, és ha kiválasztottuk, üzenetben jelezhetünk a tulajdonosnak, hogy nála szeretnénk megszállni.

Közösségi iroda

Loffice (<https://loffice.hu/budapest/hu/>)

KAPTÁR (<https://kaptarbudapest.hu/>)

Mindkét szolgáltatás irodabérlésre alkalmas. A Loffice 2009-ben indult és csak Budapesten vehető igénybe. Telefonon vagy e-mailben tudunk irodát foglalni. A KAPTÁR 2012-ben indult. Itt egy űrlap kitöltésével tudjuk jelezni a foglalási igényünket. Hátrány, hogy egyiknél sincs mobilapp.

Használt tárgyak

Rukkola (<https://rukkola.hu/>)

Egy olyan oldal, ahol a felhasználók könyveket cserélhetnek. Több, mint harmincezen használják. Az oldalon elérhető felhasználók könyveiből választhatunk, cserébe fel kell ajánlanunk egy könyvet a sajátjaink közül.

Vinted (<https://www.vinted.hu/>)

Ezen az oldalon a régi ruháinkat adhatjuk vagy cserélhetjük el, és használt ruhát vásárolhatunk.

Élelmiszer és ételmegosztás

Olio (<https://olioex.com/>)

Élelmiszer, készételek megosztása egy weboldalon, amelynek következtében kevesebb élelmiszerhulladék keletkezik, és amellyel az ember közelében élőknél keletkező élelmiszerfelesleg kerül felhasználásra. Azaz, ha valaki túl sokat főzött (magánember, vagy étterem) a felesleget továbbadja.

Bevásárló közösségek

Kosár közösségek (<https://kosarkozosseg.hu/>)

A bevásárló közösségek a helyi termékek helyi fogyasztókhöz való eljuttatására jöttek létre. Lényege, hogy a termelők, a vásárlók és egy önkéntes csapat együtt, közösségben szervezi meg az élelmiszerek eljuttatását a termelőtől a vásárlóig. Céljuk a helyi gazdaság élénkítése, a helyi megélhetés segítése a pénz helyben tartása által, valamint a helyi élelmiszertermelés és fogyasztás erősítése.

Közösségi mezőgazdasági termelés

Közösségi kertek (<http://kozossegitertek.hu/>)

A közösségi kertek közös használata, elsősorban városlakók számára, kertészkedés, növénytermesztés, közösségi élmény megosztására.

YouTyúk (<https://youtyuk.hu/>)

Szabadtartásból származó, garantáltan gyógyszer és szintetikusanyag-mentes tojással történő ellátása budapesti fogyasztóknak. Közösségi tyúkbérlés. Egy plusz fogyasztói élmény: a vásárlók kibérlik a tyúkokat, ezzel biztosítják a számukra szükséges tojásmennyiséget.

A közösségi gazdaság térhódítása kimondottan szembetűnő, népszerűsége töretlenül nő, egyre nagyobb hatást gyakorol a társadalomra. Számos területen kínál alternatív megoldásokat a hagyományos gazdasági modellekkel szemben, és olyan globális kihívások megoldásához is hozzájárulhat, mint a forráskimerülés vagy a túlnépesedés.³

A közösségi gazdaság gyors terjedése mögött három alapvető körülmény együttes és egymással összefüggő hatását tapasztalhatjuk. Ezek közül első a technológiai fejlődés. A második ok a 2007-2008-ban kezdődő és a *gondolkodásmód* változását felgyorsító pénzügyi és gazdasági válság, amely sokakat a kiadások csökkentésére, a rendelkezésre álló *erőforrások hatékonyabb használatára* készítetett. A harmadikként említhető a digitalizáció vívmányainak használatát már gyerekkorában elsajátító vagy már az új technológiai korszakba születő új *generációk szerepe*. A „millennial” és különösen a Z generációhoz tartozó fiatalok számára a sharing economy technológiai és tudás hátterét biztosító *digitális világ már természetes közeg, mindezek mellett pedig értékrendjük* is eltér az idősebb generációkétól. *Életstílusukat és identitásukat nem a tárgyak tulajdonlása határozza meg, hangsúlyosabbá válnak a birtoklás nélkül is hozzáférhető értékek, kapcsolatok és élmények*. Ezzel együtt jelentős csoportjaik számára kiemelten fontos a *fentartható életmód*, az, hogy fogyasztásuknak mekkora a *környezeti lábnyoma*. A megosztás, mint az új technológiák által is támogatott *környezettudatos magatartásforma* természetessé vált számukra. A tudatos környezeti motiváció jelenlétét a fiatalabb korcsoportok körében nemzetközi vizsgálatok⁴ és saját empirikus kutatásaink is megerősítik, amely a közlekedéshez kapcsolódó megosztásos megoldások esetében különösen erős, de az élet más területein (ruházkodás, élelmiszerfogyasztás) is tetten érhető.

Visszatérve a technológiai fejlődéshez, a világhálózathoz kötődő olyan innovációk hozzáférhetősége és globális elterjedése ment végbe, mint a gyors és mindenütt elérhető *internetkapcsolat*, az ennek használatát mindenhol lehetővé tevő okostelefonok és felhasználóbarát alkalmazásoké. Ez a terület, amelyet nevezhetünk a „digitalizáció és online platformok alkalmazása” kategóriának, egyike a megosztásos és közösségi gazdaság fogalmát alkotó négy alappillérnek.⁵ Legalább ennyire fontos a második, a „magánszemélyek összekapcsolása”, vagyis, hogy a

³ Frenken, K., Schor, J. (2017): Putting the sharing economy into perspective. Environmental Innovations and Societal Transitions, 23, 3–10.

⁴ Böcker, 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.

⁵ Bálint, D. (2021): Digitális ökoszisztémák - A megosztáson alapuló gazdaság definíciójának egy lehetséges megközelítése. Tér és Társadalom, 35(3), 131-153.

felhasználók közvetlen összekötésén alapuló (P2P) megoldások alkalmazásáról beszélünk a közösségi megoldások esetében. A közösségi fogyasztáson alapuló gazdaság harmadik meghatározó eleme az „átmeneti jelleg”, ami egyben azt is jelenti, hogy tulajdonlás helyett az igényalapú (on demand) hozzáférésen van a hangsúly. Az igényalapú hozzáférésnek pedig a legtöbb esetben a „kihasználatlan kapacitások” megosztása adja a kínálati oldalát. Ez utóbbi a negyedik pillér.

A megosztásos és közösségi gazdálkodás, és az ezen alapuló üzleti modellek a mobil internet, az okostelefon és a mobileszközökre fejlesztett applikációk globális penetrációjával a 2010-es évektől indultak robbanásszerű fejlődésnek. A mára fogalomává vált Airbnb 2008-ban, az Uber 2009-ben indult.⁶ 2011-ben a TIME-Magazin a közösségi fogyasztást azon tíz dolog egyikének nevezte, amelyek a jövőben meg fogják változtatni a világot.⁷ Túlzás nélkül állítható, hogy ez a változás mára nagy léptekkel előre tört.

A megosztásos gazdaság előnyei közt az erőforrások jobb kihasználása mellett érdemes kiemelni az alacsony költségvonzatot, a közösségi hálózatokat erősítő hatását, és a jelen kutatás kiindulópontjául szolgáló legfontosabb tényezőt, a környezetet terhelő gazdasági hatások csökkentését.⁸ Ugyanakkor, mint ahogy más, régi és új gazdasági modellnek, a megosztásos gazdaságnak is vannak árnyoldalai. Ide sorolhatók a sok munkajogi vitát gerjesztő és a jogalkotók számára számos szabályozási feladatot adó konfliktusok, a klasszikus munkavállalói státusz, és a hozzá tartozó munkavállalói jogok meggyengülésével kapcsolatos kihívások.⁹ Gyakori mellékhatás a munkahelyek megszűnése, vagy épp a gyors üzleti és pénzügyi növekedést elérő „sharing” cégek kvázi monopolhelyzetbe kerülése.

A C2C (fogyasztók közötti) szolgáltatások minőségének egyenetlensége is a kritikákat soroló listán található. Ez utóbbi különösen gyakori olyan esetekben, amikor az online megkötött ügylet nem teszi lehetővé a megosztás tárgyának előzetes átvizsgálását vagy a szolgáltatás minősége

⁶ Az Airbnb piaci értékét 2019-ben kb 35 milliárd dollár volt, ezt követően visszaesésekkel és csúcsokkal, de jelentősen tovább bővült (2021 végén 131 milliárd dollár, 2022 végén 54 milliárd, 2024-ben állt 107 milliárd dolláron is), 2024 év végén 85 milliárd dollárt ért. Az UBER 2019-es piaci értéke kb. 65 milliárd dollár volt (2021-ben 49 milliárdra csökkent), 2024 végén pedig már 153 milliárd dollárt ért. (források:

<https://www.vox.com/2019/3/19/18272274/airbnb-valuation-common-stock-hoteltontight>;

<https://companiesmarketcap.com/uber/marketcap/>; <https://companiesmarketcap.com/airbnb/marketcap/>)

⁷ http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html

⁸ <https://www.fatbit.com/fab/strangers-benefits-rise-sharing-economy-startups-loving/>

⁹ Ld. pl. Rosenblat, A. (2019): UBERLAND: how algorithms are rewriting the rules of work. University of California Press: 138–147.; Roose, K. (2014): "The Sharing Economy Isn't About Trust, It's About Desperation". New York Magazine, April 24, 2014.

jóval alatta van az elvárhatónak.¹⁰ A szektorspecifikus problémák közé sorolható az ingatlanárak és bérleti díjak felhajtása az Airbnb által¹¹, ami itthon és nemzetközi szinten is jelentős konfliktusok forrása vagy a taxisok munkakörülményeire vonatkozó szabályok megszegése a Lyft, az Uber és társaik által.¹²

A kritikák és konfliktusok meghatározó része abból fakad, hogy a dinamikusan teret foglaló új üzleti megoldásokat nem követte hasonló intenzitással a szabályozási, pénzügyi és munkajogi környezetváltozás. Az is gyakori és jellemző, hogy a hagyományos gazdaság konkurens szereplőinek erős érdekérvényesítő képességének köszönhetően tevékenységük korlátozására vagy beszüntetésére kényszerülnek az új megosztásos modell képviselői.

A kezdeti súrlódások után az üzleti és fenntarthatósági szempontból egyaránt életképes vállalkozások minden bizonnyal integrálódnak a helyi és/vagy nemzetközi gazdasági környezetbe, működésüket követni fogja a jogi környezet alkalmazkodása és az új üzleti modellek letisztultabb működése.

Ahogy ezt korábbi elemzésünkben mi is kiemeltük a megosztásos/közösségi gazdaság (Sharing Economy) fogalmának széles körben elterjedt használata nem egyértelmű.¹³ A megosztásos gazdaság, mint egy folyamatosan alakulóban lévő és változó piaci megközelítés több rokon fogalmat, és az ezekhez kapcsolódó üzleti modelleket, cégtípusokat takar. Elemzésünkéből nem hagyhatjuk ki azt a korábban is bemutatott ábrát (1. ábra), ami plasztikusan szemlélteti, hogy melyik az a három külön-külön is dinamikusán fejlődő kereskedelmi – szolgáltatási és üzleti modell, amely a sharing economy fogalmának hátterében áll: a fogyasztók egymás közötti interakcióin alapuló csere (peer-to peer) gazdaság, a hozzáférés (nem birtoklás) alapú gazdaság, valamint a körkörös (körforgásos) gazdaság, azaz a javak és erőforrások hatékonyabb, fenntarthatóbb használata, a termékek újrahasználat, újrahasznosítása által.¹⁴

A gazdasági, társadalmi és környezeti fenntarthatóság szempontjából egyaránt alapvető kérdés, hogy egy közösségi szolgáltatás esetében a meglévő erőforrások, eszközök és infrastruktúra hatékonyabb felhasználásáról van-e szó a megosztás révén, vagy teljesen új kapacitások jönnek

¹⁰ Hill, S. (2015): "The two faces of Airbnb". Business Insider, 30 October, 2015.

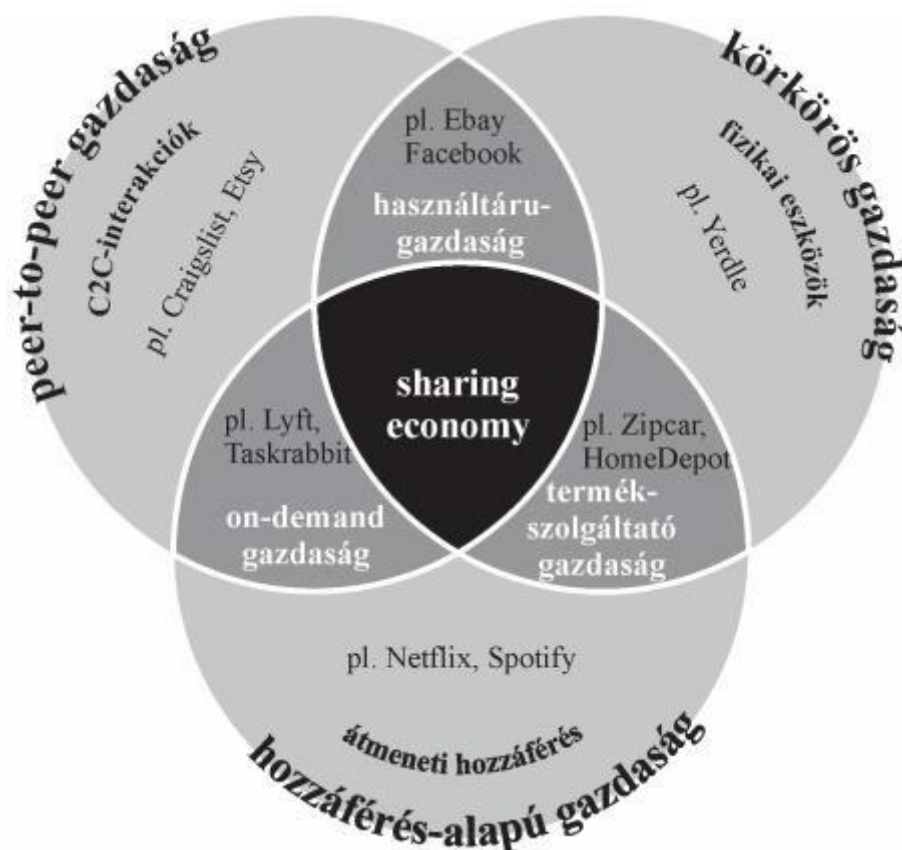
¹¹ Thompson, D. (2018): "Airbnb and the Unintended Consequences of 'Disruption'". The Atlantic, February 17, 2018.

¹² Malhotra, A. (2014): "The Dark Side of the Sharing Economy...and How to Lighten It". Communications of the ACM. 57 (11): 24–27.

¹³ <https://kekbolygoalapitvany.hu/wp-content/uploads/2021/11/megosztasos-gazdasag-elemzes-2020-1583229363-174.pdf>

¹⁴ Dudás, G.; Boros, L. (2019): A közösségi gazdaság (sharing economy) definiálásának dilemmái. Tér és Társadalom 33. 1., 109-130.

létre, melyek kifejezetten az ilyen jellegű új, piaci és gazdasági igényeket hivatottak kielégíteni.



forrás: Dudás-Boros (2019): 122.

1. ábra A sharing economy és a kapcsolódó gazdaságtípusok

A telekocsi klasszikus esetében egy magáncélú utazásra használt jármű fennmaradt üres helyeit osztja meg az autó vezetője azokkal, akik egyébként vele egy irányba utaznak. Ugyanakkor manapság a megosztási platformokon jellemzőbb az a „telekocsi” modell, amely egy adott útvonalon menetrendszerűen indított kocsik és kisbuszok még szabad helyeit árulja piaci alapon. Az Airbnb és más hasonló szolgáltatók pedig, felverve a nemzetközi turizmus szempontjából is népszerű célpontok ingatlanárait, már a kiadás céljára felvásárolt és hotellé alakított házak, háztömbök szállásajánlatait kínálja.¹⁵ A „Sharing Economy” szerepének, jelentőségének és hatásának vizsgálatkor továbbra is komoly kérdés tehát, hogy a megosztásos platformok előnyeire épülő, de alapvetően egy erősen profitorientált gazdasági megközelítést követő vállalkozások valóban a megosztásos gazdasági modell képviselői-e, és közvetve vagy közvetlenül hozzájárulnak-e a fenntarthatósághoz, vagy inkább egy új, sokaknak munkát és megélhetést, akár jelentős profitot biztosító üzletek.

¹⁵ https://index.hu/gazdasag/2020/02/22/london_tehetetetlen_az_airbnb-s_zughotelekkel_szemben/

A fenti kérdés ismeretében is egyértelmű azonban, hogy a megosztásos gazdaság nemzetközi szinten és Magyarországon egyaránt egy életképes, gyorsan fejlődő gazdasági modellnek tekinthető, amelynek fejlődését épp masszív piaci és pénzügyi előnyei biztosítják.

A megosztásos gazdaság szempontjából kiemelkedő iparágak – C2C hitelezés és közösségi finanszírozás, online távmunka, lakásmegosztás, autómegosztás, online zene és videó streamelés – 2013-ban még „csak” kb. 15 milliárd dollár árbevétel érték el, ami akkor a teljes piacok valamivel több mint 5%-át jelentette. Egy öt piacot vizsgáló, 2015-ös tanulmány előrejelzése 2025-re a megosztásos gazdaság modelljével működő cégek bevételeinek 22-szeres, azaz 335 milliárd dollárra történő növekedését prognosztizálta, a részesedés bővülését pedig 50 százalékosra becsülték.¹⁶ A 10 éve készült előrejelzések a növekedés volumenében nem tévedtek nagyot, mert az elmúlt években valóban exponenciálisan nőtt a megosztáson alapuló gazdaság piaci mérete, 26,5 százalékos összetett éves növekedési ütem (CAGR) mellett.¹⁷ „A megosztáson alapuló gazdaság globális piaci méretét 2022-ben 387,1 milliárd dollárra értékelték, az előrejelzések 2023 és 2032 között 7,7 százalékos CAGR növekedéssel számolnak.”¹⁸

Konszenzusos mutatkozik abban – ahogy azt a 2024-es Global Sharing Economy Industry Report megállapítja – hogy „a megosztáson alapuló gazdaság piaca 2031-re több mint 1 billió dolláros bevételt ér el. Ahogy a megosztáson alapuló gazdasági modell elérte az érettségi szintet, az olyan vállalatok, mint az Uber és az Airbnb, amelyek egykor bomlasztóként (disrupter) szereztek nevet maguknak, mostanra már az inkumbensek közé tartoznak. Az olyan technológiákat, mint a mesterséges intelligencia (AI) és a blokklánc (blockchain) hasznosító kisebb szereplők az adott iparágat és annak piacát újra értelmező és átalakító bomlasztási hullámot okoznak. A mesterséges intelligencia alkalmazása nagyban hozzájárul a megosztáson alapuló gazdaság platformjainak és szolgáltatásainak gyors és átfogó fejlesztéséhez. Az olyan, ma már nagy piaci részesedéssel és tőkeerővel rendelkező vállalatok, mint az Airbnb és a Lemonade integrálták a mesterséges intelligenciát a kínálatukba, hogy személyre szabottabb ajánlásokat és hatékonyabb szolgáltatásokat nyújtsanak. A megosztáson alapuló gazdaság különböző piacain szolgáltatást nyújtó vállalatok a mesterséges intelligencia fejlődésével egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek

¹⁶ PWC: Osztogatnak vagy fosztogatnak? A sharing economy térnyerése. 2015
https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/sharing_economy.pdf

¹⁷ Sharing Economy Global Market Report 2024 <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/sharing-economy-global-market-report>

¹⁸ Chakraborty, I., Deshmukh, R. (2023): Sharing Economy Market Research
<https://www.alliedmarketresearch.com/sharing-economy-market-A230672>

arra, hogy jobban megértsék és kiszolgálják fogyasztóikat.”

„Az elmúlt néhány évben a megosztáson alapuló gazdaság gyorsan növekedett, amit a növekvő urbanizáció, a technológiai fejlődés, a közösségi megosztás ismertségének növekedése, a belépési korlátok csökkenése és a fogyasztóknak nyújtott pénzügyi előnyök hajtottak. Ezen túlmenően a magas mobilpenetráció és az 1980 után született (Millennial) generáció egyre fontosabb pozíciója a globális gazdaságban - a megosztott javak iránti megnövekedett kereslet mellett - új üzleti lehetőségek és további bevételi források előtt nyitotta meg az utat mind a magánszemélyek, mind a vállalkozások számára.”¹⁹

Ahogy ez a fentiekből is kitűnik, a hagyományos gazdaság üzleti monopóliumainak pozícióját megingatták a sharing economy elvén alapuló, új üzleti formák, amelyek ma már tovább erősítik pozícióikat a legújabb technológiák alkalmazásával és piaci modelljeik tökéletesítésével. Ennek eredményeként egyes ágazatokban új, tulajdonképpen monopolisztikus pozícióban lévő szolgáltatók jöttek létre, miközben a hagyományos üzleti modellek mentén működő vállalatok is igyekeznek alkalmazkodni az új kihívásokhoz és megjelennek a közösségi platformokon, vagy épp saját felületet hoznak létre.

Az olyan nagy nemzetközi szolgáltatók, mint az Airbnb vagy Bolt térhódítása mellett, a hazai szereplők, mint pl. az Oszkár telekocsi, a Greengo autómegosztó szolgáltatása vagy a szallas.hu is sikeresen növelik részesedésüket.

A megosztásos gazdaság összetett rendszer, egy olyan társadalmi-gazdasági modell, ami az erőforrások közös hasznosításán alapul, akár pénzügyi haszonszerzés, akár egyéb értékcseré céljából (Cesnuitte et al., 2022). Ez a modell újradefiniálta a hagyományos gazdasági megközelítéseket azáltal, hogy a hangsúlyt a tulajdonlásról a bérletre, cserére vagy ajándékozásra helyezte át. A technológia fejlődése által lehetővé tett megosztásos gazdaság térnyerése lehetőségeket teremt a hatékonyság, a növekedés és a munkahelyteremtés fokozására.

¹⁹ Global Sharing Economy Industry Report 2024: Companies that Made their Name as Disruptors, like Uber and Airbnb, are Now the Incumbents, 2024 Yahoo <https://finance.yahoo.com/news/global-sharing-economy-industry-report-081800399.html>

A megosztásos és közösségi gazdasággal kapcsolatos vélemények

A megosztáson alapuló gazdaság fogalmának körülhatárolása, részben az egységesen elfogadott definíció hiánya miatt, kihívást jelent. Ez a hiányosság a témakörrel kapcsolatos kutatások koncepciójának és dizájnjának a kidolgozását is megnehezíti. A fogalom pontosabb meghatározásában azonban segítséget nyújthat a különböző megközelítésekben használt közös elemek azonosítása. A megosztáson alapuló gazdaságban a tranzakciók online platformokon keresztül valósulnak meg, de a szolgáltatások a fizikai térben zajlanak. Ahogy már említettük, érdemes a fogalmat a fő alappillérek alapján meghatározni (magánszemélyek közvetlen összekapcsolása, kihasználatlan kapacitások megosztása, átmeneti jelleg, digitalizáció és online platformok alkalmazása). A megosztáson alapuló gazdaság kialakulását több tényező is elősegítette az elmúlt másfél évtizedben. Ezek közül kiemelhető a 2000-es évek második felének gazdasági válsága, a túlfogyasztás kritikája, az újabb generációk eltérő hozzáállása, valamint a technológiai fejlődés.

Internet és okostelefon használat

A megosztásos gazdaság hatékony és széles körben történő elterjedésének technikai-technológiai előfeltétele a megfelelő digitális tudás, a magasszintű internetpenetráció, és az infokommunikációs eszközökhöz történő hozzáférés. A digitális szakadék jelenti az egyik legfőbb veszélyt és akadályt az elterjedésben, az idősebb korosztályok számára a technológiai ismeret, míg a hátrányos helyzetű csoportok számára a hozzáférhetőség jelent problémát. Az internet és a mobiltelefon használat ezért kulcsfontosságú a közösségi gazdasághoz való hozzáférésben, hiszen az ezek mentén fennálló társadalmi különbségek meghatározzák a közösségi és megosztásos gazdaságban való részvételt.

Ahogy korábbi elemzésünkben²⁰ bemutattuk, a magyar lakosság eszközzel és hozzáféréssel rendelkező része naponta internetezik, a világhálón eltöltött idő napi átlaga Magyarországon is 3-5 óra.²¹ A mobilinternet térnyerése alapjaiban változtatta meg a társadalom internetezési szokásait. Az online térben töltött idő folyamatosan nő, ez a tendencia pedig a technológia fejlődésével párhuzamosan várhatóan folytatódik. Az internetezési szokások eltéréseket mutatnak az életkor, a lakóhely, a társadalmi-gazdasági státusz és a nem tekintetében.

A fiatalabb generációk tagjai, a városokban élők és a magasabb státuszúak gyakrabban

²⁰ A fenntarthatóság kérdései iránt érdeklődők médiafogyasztási szokásai, különös tekintettel az online médiumok közönségére (2024) Forsense - KBA

²¹ Az elemzés NMHH, *Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata internetes felmérés – 2023 adatainak felhasználásával* készült.

használják az internetet. A férfiak több időt töltenek online, mint a nők. Az iskolai végzettség szintén befolyásolja az internethasználatot, mind a munkahelyen, mind a magánéletben. A magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők körében gyakoribb a számítógép és az internet használata.

Az okostelefonok a legnépszerűbb eszközökké váltak az internetezéshez. A laptopok, asztali számítógépek, okostévék és tabletek használata is elterjedt. Az internetezők többsége több eszközt is használ. A magasabb státuszúak és a jobb anyagi helyzetű felhasználók jellemzően több infokommunikációs eszközzel rendelkeznek.

A közösségi gazdaság kifejezés és az ezzel kapcsolatos szolgáltatások ismertsége

2024 decemberében adatfelvételes kvantitatív vizsgálatot végeztünk a magyarországi felnőtt lakosság körében, melynek során a megosztásos gazdaságra, azon belül a közlekedésben alkalmazható közösségi megosztás lehetőségeire fókuszáltunk. Ahol lehetőség van rá, ott mostani eredményeinket összehasonlítjuk korábbi hasonló tematikájú vizsgálataink eredményeivel is.²²

Kutatásunkban a közösségi gazdaság fogalma a válaszolók harmada számára volt ismerős, ami összhangban van korábbi felméréseink adataival, egyúttal azt is jelenti, hogy a fogalom ismertsége az elmúlt 4-6 évben nem változott meghatározó módon.²³

Az Eurobarométer 2018-as adatfelvételének eredményei szerint az EU lakosságának 20-30 százaléka használt már valamilyen megosztásos gazdasági szolgáltatást, de ezen szolgáltatások ismertsége és elterjedtsége jelentős eltéréseket mutatott országonként.²⁴ Akkor, a 28 ország felnőtt lakosságára vonatkozó átlag 25 százalék volt, Magyarországon pedig a megkérdezettek egyharmada válaszolta azt, hogy használt már ilyen szolgáltatást.²⁵

²² Elemzésünk során a társadalmi csoportok vizsgálatok a leggyakoribb szocio-demográfiai és gazdasági-társadalmi jellemzőkre fókuszálunk. Kiemelten kezeltük a nemet, az életkort, az iskolai végzettséget, a településtípust és a szubjektív anyagi helyzetet. Ezeket a tényezőket alapvetően adottságként és erőforrásként értelmezzük. Ugyanakkor fontosnak tartjuk a szemléletmódok szerepének vizsgálatát is, ezért bevontuk az elemzésbe a tájékozódási és médiafogyasztási típusokat, valamint az értékpreferenciákat.

²³ A kérdőíves kutatások adott téma kapcsán egyrészt az ismertséget, másrészt a használatot is vizsgálni szokták.

²⁴ Együttműködő gazdaság az EU-ban <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2184>

²⁵ Az Eurobarometer kutatása a használatra kérdezett rá, a többi ismertett adatfelvételben használttól eltérő kérdéssel. A kérdőív kérdése arra vonatkozott, hogy a válaszadó igénybe vett-e valaha együttműködési (közösségi) platformon keresztül kínált szolgáltatást. A kérdés előtt ismertették e platformok fogalmát. (Specializált internetalapú honlapok vagy alkalmazások, amelyek olyan nyitott piacot nyújtanak, ahol a fogyasztók kapcsolatba léphetnek szolgáltatásokat kínáló emberekkel. A fogyasztók szolgáltatásokat vehetnek igénybe, szállásbérletől vagy a közös gépkocsi használatától háztartási munkákig. A szolgáltatásokat kínáló emberek lehetnek magánszemélyek, akik alkalmi szolgáltatásokat nyújtanak, vagy lehetnek szakemberek.)

A Forsense 2020-as felmérése pedig azt jelezte, hogy a gyűjtőfogalom ismertségénél (31 százalék) a konkrét szolgáltatások nagyobb ismertséget mutatnak, a kérdezettek ekkor több mint fele találkozott már megosztáson alapuló megoldásokkal. A kérdezettek négy-nyolctizede ismerte az Airbnb-t, az Ubert, Oszkárt, Bubit, Jófogást stb., csak sokan nem tudták, hogy e megoldások a „megosztásos gazdaság” gyűjtőfogalma alá tartoznak.

2024-ben szintén a válaszolók 31 százaléka válaszolta azt, hogy ismeri a közösségi gazdaság kifejezést, tehát nem növekedett azok aránya, akik tisztában vannak a fogalom jelentésével.²⁶

Továbbra is megállapítható, hogy nagyobb arányban ismerik a fogalmat a férfiak, a legalább érettségizettek, akik átlagosnak, vagy az átlagosnál jobb anyagi helyzetűnek vélik magukat.

Új fejlemény, hogy a hagyományos médiumokat használók²⁷ és a kisvárosban és falun élők, illetve az idősebbek körében is az átlagosnál magasabb a fogalom ismertségének aránya.²⁸

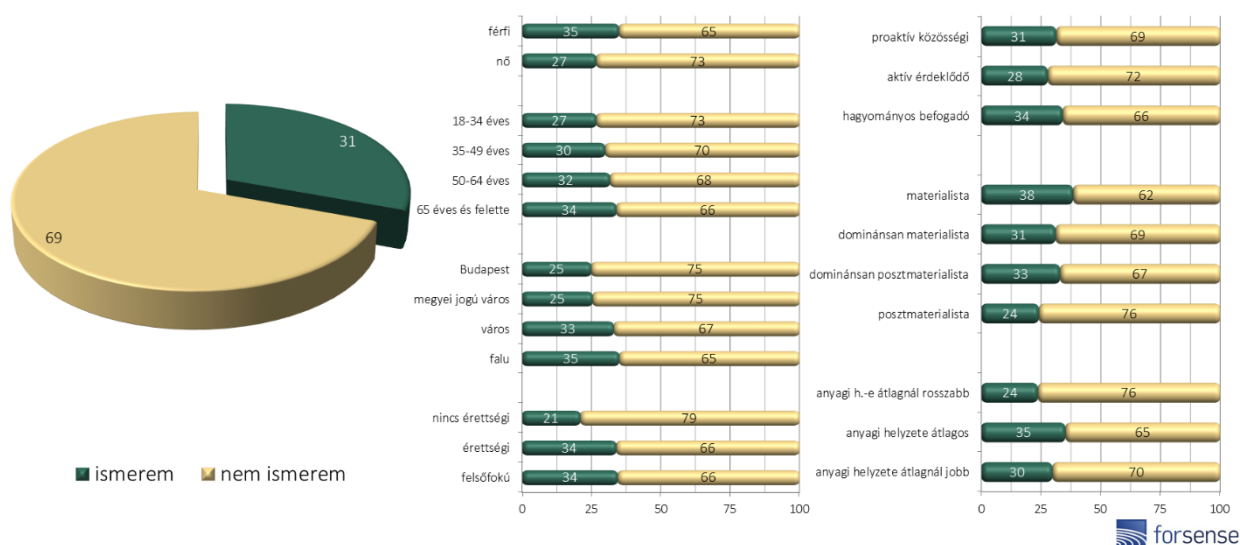
Ahogy az már a bevezetőben is kifejtésre került, az egyes szolgáltatástípusok vizsgálata során érdemes szem előtt tartani, hogy a közösségi gazdaság egy nagyon fiatal, de gyorsan terjedő üzleti modell. Az ismertséget és a használat elterjedtségét annak kontextusában kell értelmezni, hogy ezen lehetőségek többsége másfél évtizede még ismeretlen volt Magyarországon. A fogalom rendszeres használata még nem terjedt el, a szolgáltatások meghonosodásában sokszor a nyelvi akadályok is gátat jelentenek, mivel a nagy nemzetközi szolgáltatók számára sokszor nem volt prioritás a magyar nyelvű platformok létrehozása.

²⁶ A Forsense kutatások kérdőíve a közösségi gazdaság kifejezés ismertségére vonatkozó, illetve a konkrét szolgáltatások ismertségére vonatkozó kérdéseket tartalmazott. A 2024-es kérdőívben a nyitott, spontán ismertségre vonatkozó kérdés előtt ismertette a közösségi gazdaság kifejezés fogalmát. (A közösségi gazdaságban termékeket, szolgáltatásokat - pl. autót, lakást, utazást - kölcsönöznek, cserélik, értékesítenek vagy ajándékoznak a tulajdonosok közvetlenül a felhasználóknak. Ez sokszor az amúgy kihasználatlan, „felesleges” kapacitások használatára, hasznosítására irányul.) A 2020-as kutatás kérdőívében támogatott ismertségre vonatkozó kérdések is szerepeltek, számos konkrét szolgáltatás ismertségére és használatára vonatkozóan.

²⁷ A médiafogyasztási szokások mérése során a válaszadók megadták, hogy mely tájékoztatói forrásokat használják elsősorban, és összesen három választ adhattak arra a kérdésre, hogy milyen hírforrásokból tájékozódnak leggyakrabban a világ dolgairól az őket érdeklő témákkal, hírekkel kapcsolatban. A válaszokat összevontuk: 1. A hagyományos befogadónak elnevezett csoport hagyományos médiumokat említett első helyen (tévé, rádió, nyomtatott sajtó) 2. Az aktív érdeklődők elsősorban az interneten keresnek információt, online hírportálokon tájékozódnak. 3. A proaktív közösségi csoportba az elsődlegesen a közösségi médiát említők, aktívan használók, illetve a YouTube vagy podcast csatornákat, vagy bloggereket követők kerültek.

²⁸ Korábban ilyen összefüggés nem volt megfigyelhető, a jelenség mögött a fogalom újabb értelmezése, és a fogalom utóbbi időben történt eltérő jelentésű használatának elterjedése állhat, amennyiben elsősorban a kistermelők és fogyasztók közösségén alapuló, jó minőségű, egészséges, helyi élelmiszerek előállítására fókuszáló közösségi mezőgazdasággal azonosítják.

Ismeri a közösségi gazdaság kifejezést?



2. ábra A közösségi gazdaság fogalmának ismertsége

A közösségi szolgáltatások elterjedésében, használatában és a megosztás, mint hatékony gazdasági eszköz megítélésében a COVID 19 járvány időszaka is fontos vízválasztót jelentett, és részben ezzel is magyarázható, hogy a fogalom és a modell ismertségének bővülése megtorpant az elmúlt években. A járvány kitörése után az egyének elkezdtek kerülni az idegenekkel való szükségtelen fizikai érintkezést, a személyes interakciók egyaránt kockázati forrásokká váltak a szolgáltatók és az ügyfelek számára. A vállalatoknak alkalmazkodniuk kellett a változó fogyasztói preferenciákhoz és igényekhez, miközben biztosítaniuk kellett a működés folytonosságát. A telekocsi-szolgáltatások iránti kereslet például drasztikusan csökkent, és dolgozók ezreit bocsátották el szerte a világon.

A közvetlen kihívások a lezárás (lockdown) és az utazási korlátozások feloldásával háttérbe szorultak, ami a megosztásos gazdasághoz kötődő szolgáltatások újbóli fellendüléséhez vezetett. Azzal azonban, hogy a fogyasztók egy részének a szociális kapcsolatokhoz való viszonya a COVID 19 időszakában megváltozott, a megosztáson alapuló fogyasztási modell gazdasági előnyei néhány területen már kevésbé kedvezőek, mint a világjárvány előtt.

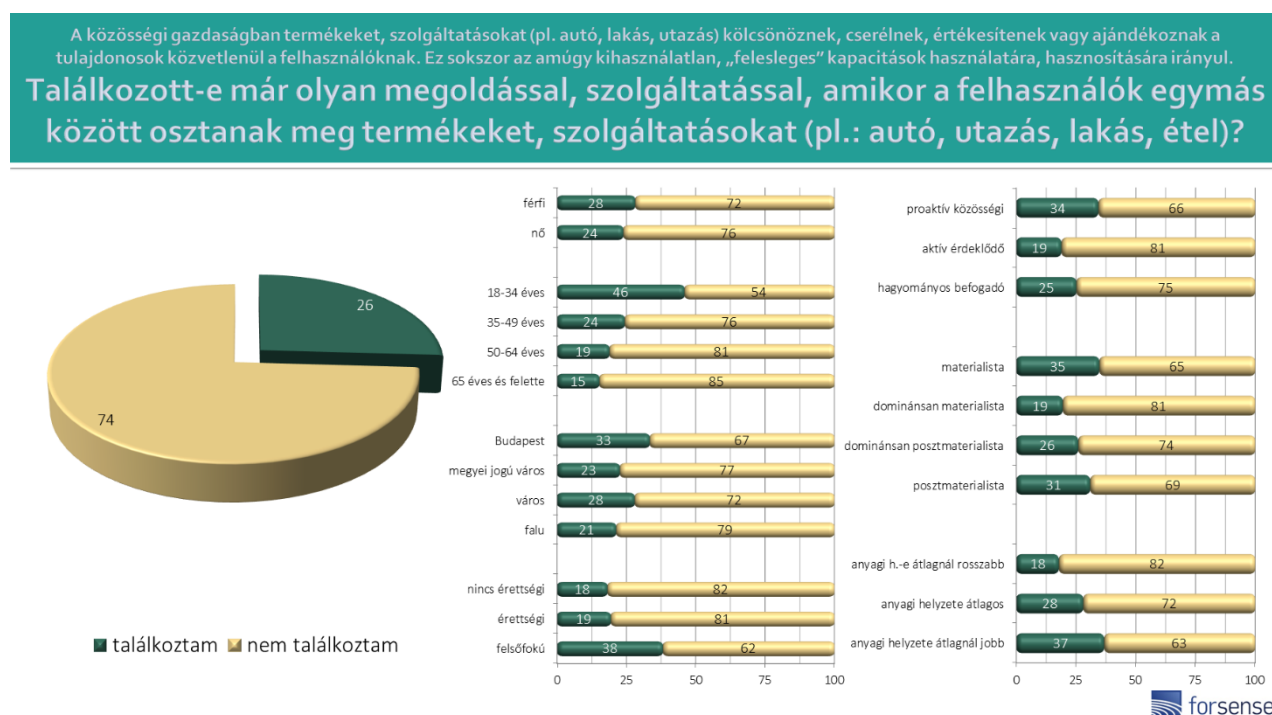
A közösségi tranzakciók újjáéledése ellenére a világjárvány megváltoztatta azt a makrokörnyezetet, amelyben a megosztási gazdaság platformjai találhatóak, és utat nyitott a szektor átalakulása előtt. A közösségi platformok üzemeltetőinek saját maguk és a megosztási gazdaság fennmaradása érdekében innovációt kellett végrehajtaniuk, a fizikai terekben

tapasztalható elővigyázatosabb érintkezés nyomán még jobban felerősödött a digitális technológiára való támaszkodás. Az újítások eredményeként olyan új szolgáltatások jelentek meg piacon, mint például a megosztott tudáson alapuló online oktatás, az online élmények vagy a virtuális turizmus.

Tekintettel a fentiekre, a világjárvány hatásai arra ösztönzik az érdekelt feleket: a szolgáltatókat, a platformot biztosító technológiai vállalatokat, a döntéshozókat és nem utolsósorban minket az ügyfeleket, hogy gondolják újra a megosztásos gazdaság mozgatórugóit, annak társadalmi és gazdasági értékét, a közvetítő technológiák hatékonyságát és a piaci szabályozási környezetet. Ez az újraértékelés egy napjainkban is zajló folyamat, amelynek hatásairól egyelőre kevés kutatási információval rendelkezünk.²⁹

A közösségi gazdaság szolgáltatásainak „spontán” ismertsége

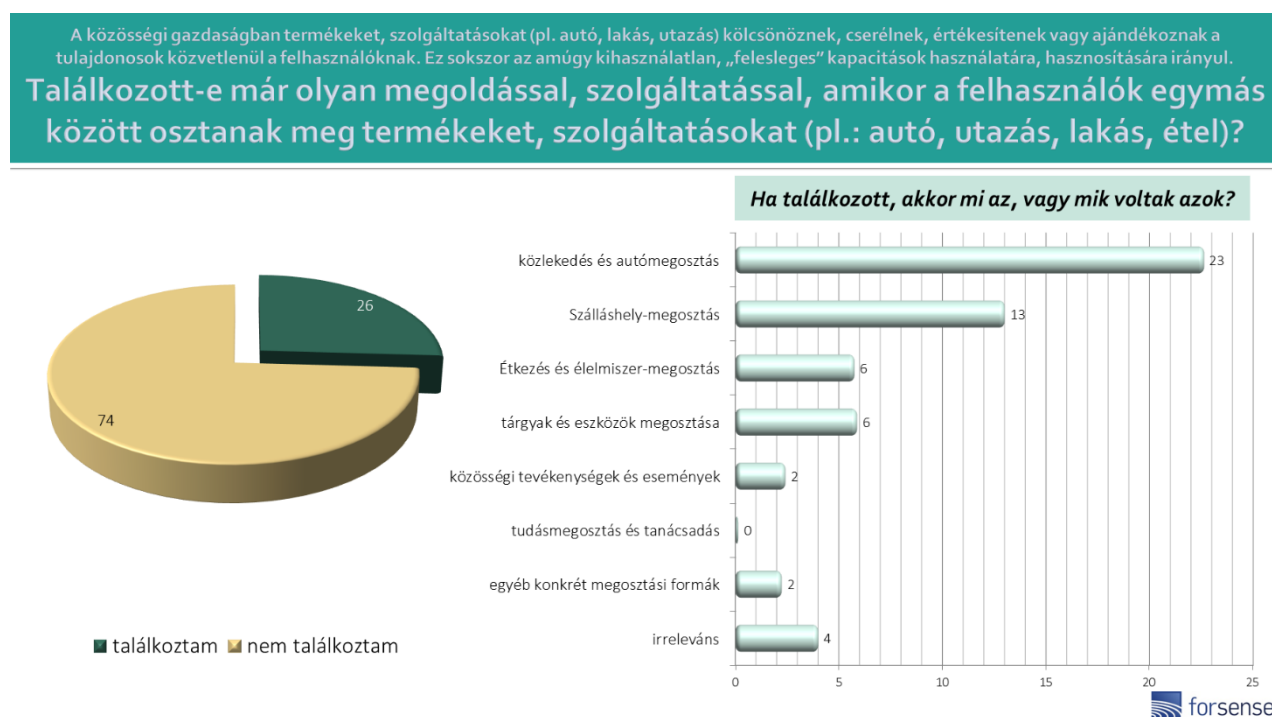
A válaszadók több mint egynegyede találkozott már olyan megoldással, amelyben a felhasználók megosztanak egymás között valamilyen terméket vagy szolgáltatást. A kérdés előtt röviden tájékozódhattak a válaszadók a fogalomról, majd ezt követően nyitott kérdésben válaszolhattak arra a kérdésre, hogy ha találkoztak, akkor mi volt az a termék vagy szolgáltatás.



3. ábra A közösségi gazdaság támogatott fogalmának és konkrét megoldásainak ismertsége

²⁹ <https://www.business-and-management.org/papers/the-current-state-and-future-trajectory-of-the-sharing-economy-a-multi-stakeholder-perspective/180>

A közösségi gazdaság, illetve a konkrét közösségi, és megosztott termékek, szolgáltatások spontán ismertsége alapján elsősorban a közlekedés és autómegosztás területéhez kapcsolódó válaszok születtek, másodsorban a szálláshely szolgáltatások „ugranak be” a válaszadóknak, ezt követően pedig az étkezéssel és élelmiszermegosztással, illetve tárgyak és eszközök megosztásával kapcsolatos megoldásokra asszociálnak. Leginkább a fiatal, 35 év alatti korcsoportra jellemző, hogy hallottak és találkoztak ilyenekkel és meg is tudják nevezni őket. A diplomásokra, az átlagnál jobb anyagi helyzetűekre, és a fővárosiakra is jellemzőbb, hogy találkoztak a közösségi gazdasággal. A proaktív közösségi médiahasználati csoportra szintén az átlagnál jellemzőbb ez az ismeret.



4. ábra A közösségi gazdaság konkrét szolgáltatásainak, termékeinek ismertsége (nyitott kérdés alapján)

A válaszadók legnagyobb része, 23 százaléka közlekedés és autómegosztás területén találkozott valamilyen szolgáltatással. A szálláshely-megosztás áll a második helyen, 13 százalékos említettséggel, a válaszolók 2-6 százaléka említett más típusú szolgáltatást vagy terméket. Az első kategóriába tartozó telekocsi, kerékpár-, roller- és autómegosztás³⁰, és a szálláshelymegosztás (Airbnb, Couchsurfing) említése is elsősorban a fiatalok, diplomások és a jobb anyagi helyzetűek, valamint a férfiak és a proaktív közösségi médiahasználatók körében jellemzőbb az átlagnál, illetve a többi csoportnál.

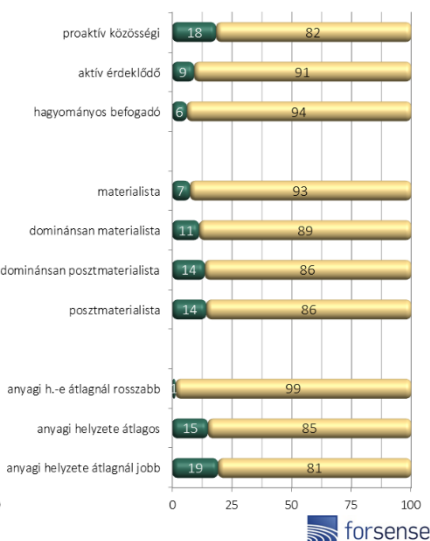
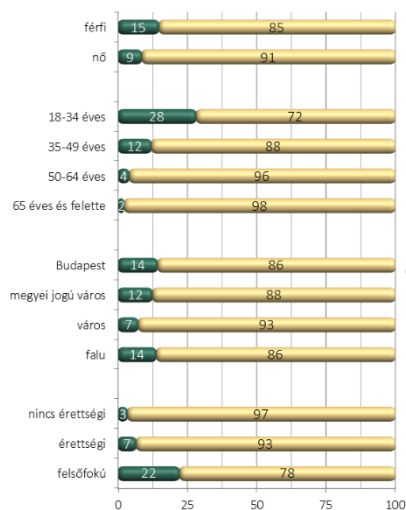
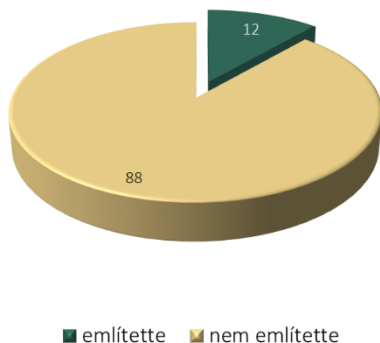
³⁰ A tanulmány ezt követő fejezeteiben az utazással, közlekedéssel kapcsolatos kérdésekre részletesen kitérünk.

Találkozott-e már olyan megoldással, szolgáltatással, amikor a felhasználók egymás között osztanak meg termékeket, szolgáltatásokat (pl.: autó, utazás, lakás, étel)?
Ha találkozott, akkor mi az, vagy mik voltak azok?

Szálláshely-megosztás

Lakások vagy szobák bérbeadása, cseréje rövid időre közvetlenül a tulajdonostól.

- Airbnb
- Couchsurfing
- otthoncsere nyaralásra
- a lakás amiben élek



forsense

5. ábra A szálláshely-megosztás jellegű közösségi szolgáltatások ismertsége (nyitott kérdés alapján)

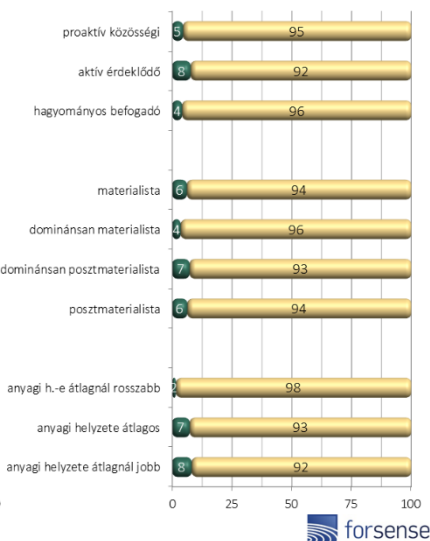
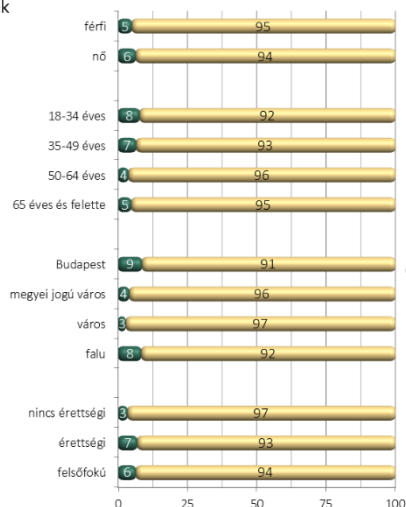
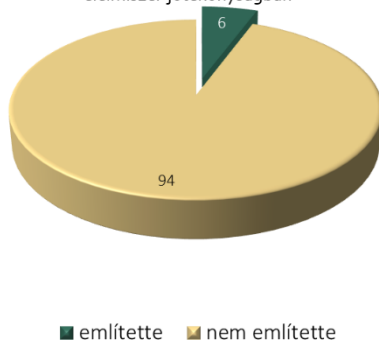
Az étkezés és élelmiszermegosztást (pl. ételdoboz) említők (6 százalék), a tárgyak eszközök „megosztása” (pl. Vinted, Jófogás, Marketplace), illetve a közösségi eseményeket (garázsvásár, közösségi kert, közösségi vásár) említők (2 százalék) kevésbé függenek össze a szocio-demográfiai ismérvekkel.

Találkozott-e már olyan megoldással, szolgáltatással, amikor a felhasználók egymás között osztanak meg termékeket, szolgáltatásokat (pl.: autó, utazás, lakás, étel)?
Ha találkozott, akkor mi az, vagy mik voltak azok?

Étkezés és élelmiszer-megosztás

Ételek, alapanyagok vagy ételmentési lehetőségek megosztása.

- ételdoboz
- ételmentőkertben termelt zöldségek megosztása
- saját gyümölcs megosztása
- élelmiszer jótékonyágban



forsense

6. ábra A étkezés és élelmiszer-megosztás jellegű közösségi szolgáltatások ismertsége (nyitott kérdés alapján)

A megosztásos szolgáltatástípusok közül az utazással kapcsolatosakat vizsgáljuk meg részletesebben, ehhez érdemes alaposabban körül járni a közlekedési szokások és autóhasználat témakörét, a következő két fejezetben először ezekre térünk ki. Ezt követően a közlekedés megosztásos/közösségi szolgáltatásaihoz kötődő véleményeket elemezzük, figyelembe véve a közlekedéssel, járműhasználattal kapcsolatos szokásokat.

Közlekedési szokások

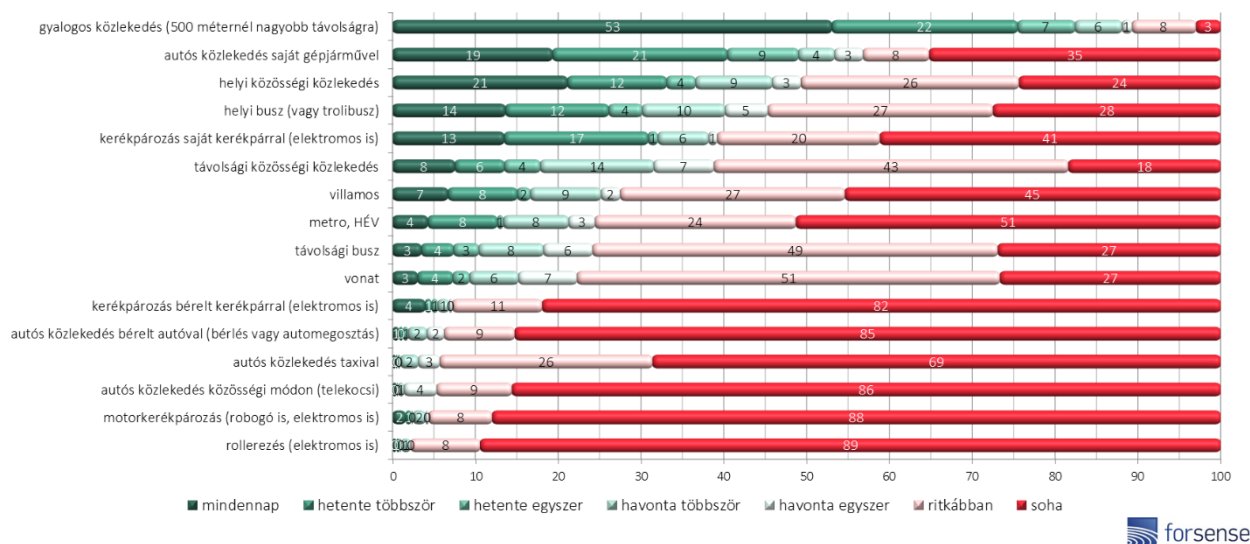
A különféle közlekedési módok közül a 2024 év végi felmérésünk tanúsága alapján (nem meglepő módon) a legjelentősebb a gyaloglás, több mint 500 métert a megkérdezettek több mint fele minden nap megtesz. Az összes válaszadó háromnegyede hetente többször közlekedik gyalog (mindössze 3 százalék nem szokott gyalog járni). Több olyan kérdőívünkben felsorolt közlekedési mód is van, melyek vagy kompetenciát igényelnek (autóvezetés, motorkerékpár, bicikli, roller, vagy a közösségi, megosztásos módokon történő közlekedés) illetve amelyek térbelileg meghatározottak (metró, hév, villamos, vonat). A helyi közösségi közlekedés kategória pedig más-más járművek használatát jelenti a különböző településeken régiókban, városrészekben. Általánosságban kijelenthető, hogy a hozzáférhetőség alapján a gyalogos közlekedés után a közúton történő autós (saját vagy bérelt gépjármű, taxi) és busszal történő (helyi, távolsági) közlekedés, továbbá a kerékpárral történő közlekedés áll dobogós helyen. Ezt pedig a kötöttpályás vasúti közlekedés (vonat, illetve hév vagy villamos, metró) követi. Nem meglepő tehát, hogy a távolsági és a helyi közösségi közlekedés áll a második és harmadik helyen, melyeket a válaszadók nyolctizede használ. A negyedik pedig a saját autó, melyet a válaszadók kétharmada említett, hogy legalább havi rendszerességgel vagy ritkábban használ. A kerékpár a megkérdezettek hattizedére, a roller és a motorkerékpár használata pedig egy-egy tizedükre jellemző, utóbbit napi szinten csak egy százalék használja.

Saját autóval az összes válaszadó egyötöde közlekedik naponta, további 30 százalék legalább heti egyszer (ebben szerepel mind a sofőrként, mind az utasként történő utazás).³¹ Saját kerékpárral a válaszadók 13 százaléka közlekedik naponta, további 18 százalék hetente. A konkrét tömegközlekedési eszközök között a helyi busz vagy trolibusz áll az első helyen, 14 százalék naponta, további 16 százalék legalább heti egyszer igénybe veszi ezt az eszközt (soha nem veszi igénybe 28 százalék). A kerékpár és a helyi busz használatának gyakorisága tehát nagyjából megegyezik, míg autóval heti rendszerességgel a válaszadók fele, addig ezekkel háromtizedük

³¹ A következő fejezetben az autóhasználatot részletesebben tárgyaljuk.

közlekedik. Visszatérve a tömegközlekedési eszközök használatának további módjaira, a villamos a második (7 százalék naponta, és további 10 százalék hetente használja), a metró, hév a harmadik (4 százalék naponta, és 9 százalék hetente legalább egyszer közlekedik vele), a távolsági busz a negyedik (3 százalék naponta, további 7 százalék hetente megy vele), míg a vonat az ötödik (3 százalék naponta, 6 százalék legalább heti egyszer száll fel rá). A lakóhely típusához, illetve az életmódhoz erősen kötődő villamost a válaszolók 45 százaléka nem használ soha, a metró, hévet 51 százalék nem veszi igénybe. Az ingázás szempontjából kiemelten fontos távolsági buszt és vonatot az emberek 27 százaléka nem szokta használni. A közösségi, megosztásos módon történő közlekedés szempontjából érdekes, hogy a legtöbben, a válaszolók közel egyharmada, a hagyományos megoldásnak is nevezhető taxit említette, míg bérelt autót, illetve valamilyen autómegosztót (carsharing) 15 százalék szokott használni, igaz a többségük ritkábban, mint havonta teszi ezt. Hasonló arányban 14 százalék jelölte meg telekocsit (ride-sharing, carpooling) mint közösségi közlekedési eszközt.

Milyen gyakran használja a következő közlekedési módot: ...?

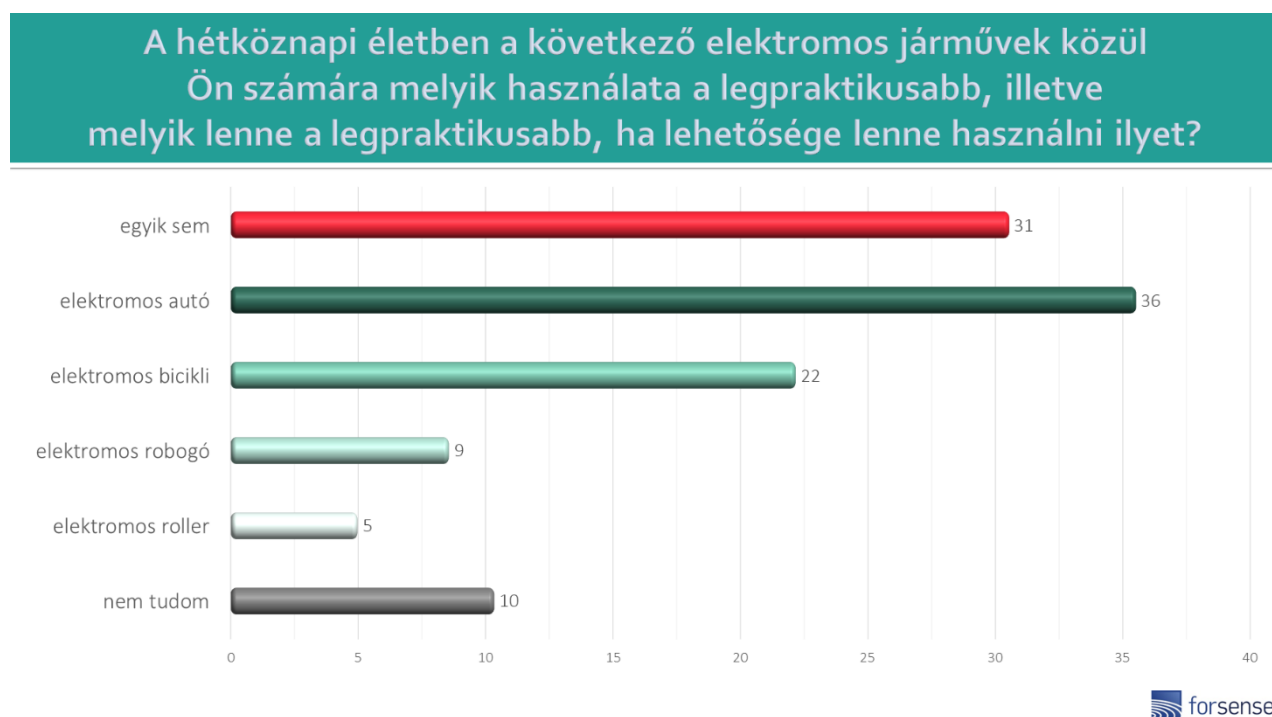


7. ábra A különböző közlekedési módok használatának gyakorisága

A gyalogos közlekedés vizsgálata külön kutatást is megérne, mert nagyon széles skálán mozognak azok a demográfiai meghatározók, életmódbeli vagy értékválasztáshoz köthető érvek, amelyek a gyaloglás mögött állnak. Vizsgálatunkban leginkább a fiatalokra, a budapestiekre, a nőkre, az alacsonyabb végzettségűekre, illetve az átlagos vagy rosszabb anyagi helyzetűekre jellemző a

közlekedés, illetve a mozgás ezen formája, de természetesen az értékpreferenciák és a tájékozódási típusok is meghatározók: a fenntarthatóság kérdései iránt nagyobb valószínűséggel nyitott aktív érdeklődők, illetve a posztmaterialista értékcsoporthoz tartozók inkább közlekednek gyalogosan napi rendszerességgel. A demográfiai különbségek a havi rendszerességnél már nagyjából kiegyenlítődnek, egyetlen kivétel, hogy az idősebb korosztály (akiknek 7 százaléka soha nem gyalogol, vélhetően egészségügyi problémák miatt, illetve 17 százalékuk ritkábban, mint havonta közlekedik így).

A napi szintű kerékpározás az életkorral, illetve a lakóhely településtípusával, valamint a végzettséggel függ leginkább össze. A fővárosiak hattizede, a legidősebb korosztály több mint fele, a nem érettségizetteknek is a fele nem szokott soha saját biciklivel közlekedni. Az átlagnál rosszabb anyagi helyzetűek és a materialista értékpreferenciájúak között is megközelíti a csoport felét a soha nem kerékpározók aránya. A városokban gyorsan terjedő, gyakori alkalmi használatot lehetővé tevő kerékpárbérlést a válaszolók közel ötöde említette. A bérelt kerékpár használata a legfiatalabbak, a budapestiek és a jobb anyagi helyzetben lévők körében jellemző, ezekben a csoportokban legalább havonta vagy ritkábban, de használják ezt a közlekedési módot, Ugyanez jellemző még a felsőfokú végzettségűekre, illetve a proaktív közösségi médiafogyasztási csoportba tartozókra is. A roller a 35 év alattiakra és a felsőfokú végzettségűekre, illetve jobb anyagi helyzetűekre jellemzőbb.



8. ábra Elektromos járművek preferenciák hétköznapi praktikusságuk alapján

Elektromos biciklit a válaszadók 4, elektromos rollert 2 százalékuk használ. Míg a válaszadók 22 százaléka szerint a legpraktikusabb elektromos jármű a számára a bicikli lenne, 5 százaléknak pedig a roller (a válaszadók egyharmada egyik járműtípust sem gondolja hasznosnak, egytizedük pedig nem tudta megmondani melyik lenne praktikus a hétköznapi életében).

A helyi közösségi közlekedési eszközök használata erősen lakóhelyfüggő, természetesen a fővárosban élők jelentős része használja (42 százalék minden nap, összesen pedig 94 százalékuk), és inkább jellemző a napi használata a fiatalabbakra, diplomásokra, posztmaterialistákra és a proaktív közösségi médiafogyasztókra. A helyi tömegközlekedés használata a fentiekkel, illetve más demográfiai adottságokkal összefüggésben legkevésbé a falusiakra, a kisvárosiakra, a rosszabb anyagi helyzetűekre, az idősekre, az alacsonyabb végzettségűekre, és a férfiakra jellemző. Érdekes módon a metró és hév (illetve a villamos) használata nem csak a településtípussal függ erősen össze (a fővárosiak 96 százaléka használja), hanem a végzettséggel, anyagi helyzettel és értékpreferenciákkal is. Az alacsony végzettségűek, rosszabb anyagi helyzetűek, a materialisták kevésbé gyakran használják rendszeresen, pontosabban inkább jellemző rájuk, hogy soha nem használják ezeket a járműveket. A távolsági közösségi közlekedés használata kisebb demográfiai különbségeket mutat, legkevésbé a fővárosiakra (27 százalékuk soha nem használja), továbbá a 65 éven felüliekre, és a materialista értékeket vallókra jellemző. A napi távolsági tömegközlekedés feltehetően a munkába járás miatt leginkább a 35-49 éves aktív korosztályra és az alapfokú végzettségűekre (19-20 százalék), valamint a kistéleplésen élőkre jellemző (10 százalék). A vonatközlekedés is összefügg, ha nem is olyan erősen, mint a metró és hév használat, a végzettséggel, anyagi helyzettel, értékpreferenciákkal, vagyis ugyanaz, a társadalmi pozíció által determinált személyes mobilitás és aktivitás minta áll a háttérben: a soha nem használók felülreprezentáltak az alacsony végzettségűek, a rosszabb anyagi helyzetűek és a materialista értékválasztással jellemezhetőek között.

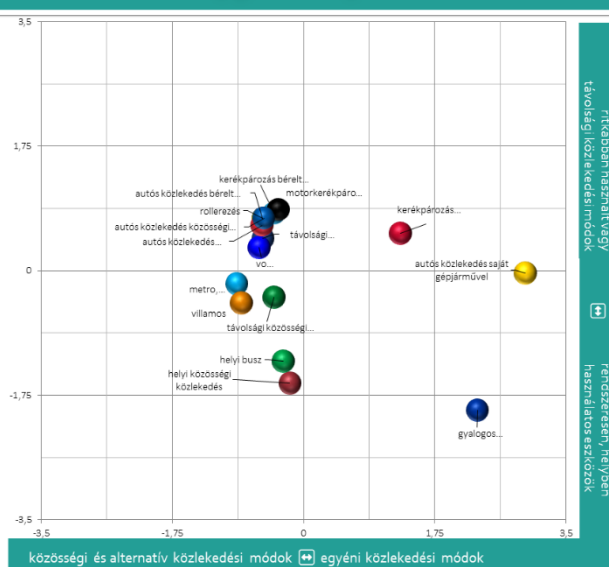
A telekocsi leginkább a 35 év alattiakra jellemző, továbbá a vidéki városiakra. A taxi használata elsősorban Budapesten jellemző, inkább a fiatalok és inkább a nők veszik igénybe, és még inkább a jobb anyagi helyzetűek. Az autóbérlés leginkább értékpreferenciákkal van összefüggésben, a posztmaterialistákra jellemző leginkább.

A válaszolók kicsit több mint egyharmada használja mindennap saját gépjárművét, és ugyanannyian mondták azt, hogy soha. A saját autó használata összefüggést mutat számos

demográfiai ismérvvel, leginkább a végzettséggel, jövedelemmel, korral, településtípussal. Míg a budapestieknek és az alapfokú végzettségűek közel fele soha nem közlekedik saját autóval, addig a falusiaknak 23 százaléka, a felsőfokú végzettségűeknek 24 százaléka naponta. A 35-49 évesek 27 százaléka, az átlagnál jobb anyagi helyzetűeknek 34 százaléka használ naponta saját autót. Az átlagnál rosszabb (szubjektív) anyagi helyzetűeknek 42 százaléka soha nem használ autót, és érdekes módon a 35-49 éves korosztályra jellemző szintén, feltehetően a korábban jelzett magas tömegközlekedés használatuk miatt, hogy magas köztük azok aránya is, akik soha nem használnak saját autót.

Többváltozós statisztikai módszerrel elemezve a közlekedésmódok összefüggéseit, két fő dimenzió és 5 nagy csoport különíthető el. A dimenziókat két tengely jelképezi, melyek egyike a közösségi és alternatív közlekedést, illetve az egyéni közlekedés különbségét testesíti meg, míg a másik a ritkábban használt vagy távolsági közlekedést különíti el a rendszerestől, illetve helyben használt eszközöktől. A főbb csoportok közül egyet a (csak) gyalogosan közlekedők alkotnak, egy másikba a leginkább saját autóval közlekedők tartoznak, a harmadikba az elsősorban saját kerékpárral közlekedők, a negyedik a hagyományos helyi tömegközlekedést használók csoportja, míg az ötödik a megosztásos, közösségi jellegű és alternatív közlekedési módokat, valamint a hagyományos eszközök közül a távolsági módokat (vonat, távolsági busz) használók csoportja.

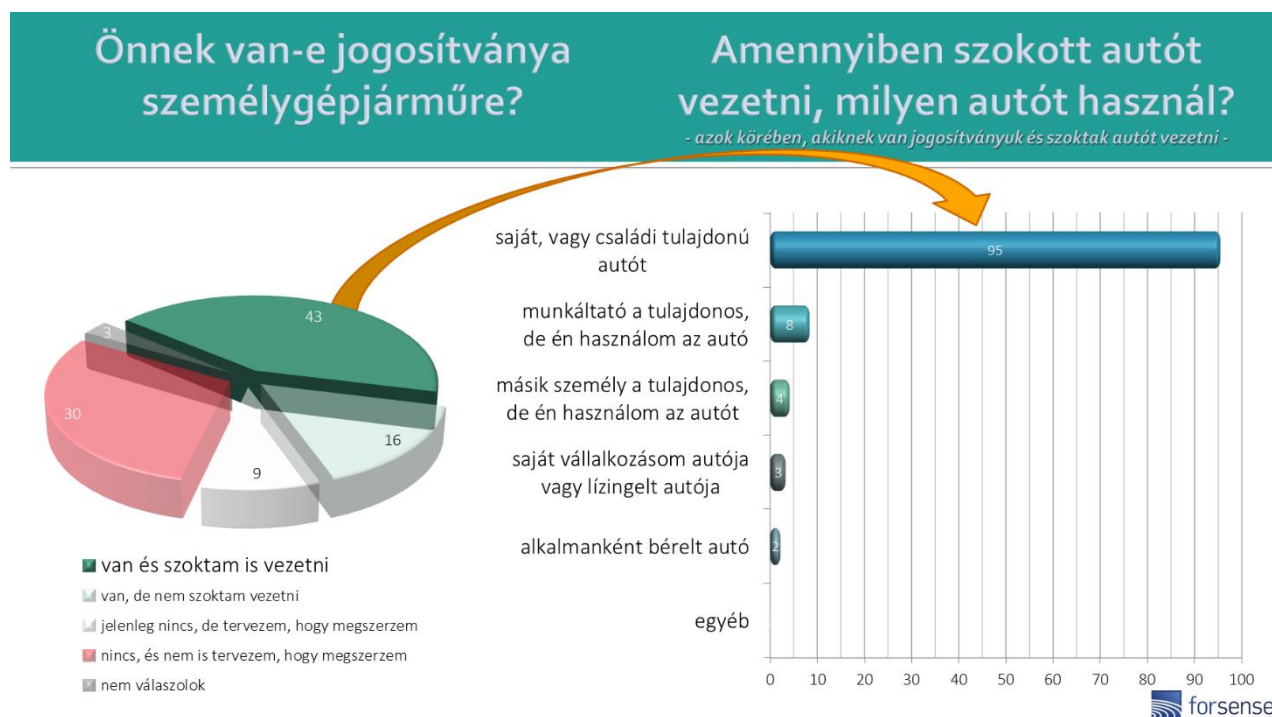
A egyes közlekedési módok elhelyezkedése az együtt említések alapján képzett térben



9. ábra A különböző közlekedési módok egymáshoz viszonyított elhelyezkedése használatuk együtt említései alapján

Az autóhasználat jellemzői Magyarországon

Az általunk megkérdezett 18 évesnél idősebb magyarok 43 százaléka mondta, hogy szokott autót vezetni, további 16 százaléknak pedig rendelkezik jogosítvánnyal, de nem szokott vezetni. A válaszolók tizede mondta, hogy nem rendelkezik jogosítvánnyal, de tervezi annak megszerzését. Összesen a válaszadók hattizedének van jogosítványa. Mind a jogosítvánnyal rendelkezés, mind az autóhasználat összefügg számos szocio-demográfiai tényezővel. A nők jóval alacsonyabb arányban rendelkeznek jogosítvánnyal és vezetnek autót. Az idősebb korosztályok egyes csoportjaiban jellemző a rendszeres vezetés, ugyanakkor sokan mondták azt, hogy nincs jogosítványuk. A 35 év alatti fiatalok körében magas azok aránya, akiknek még nincs jogosítványuk, de szeretnék megszerezni, illetve sokan vannak, akiknek van papírjuk, de nem vezetnek. A falvakban élők közül sokan azért nem vesznek részt a közúti forgalomban, mert nem rendelkeznek jogosítvánnyal, a fővárosban pedig jellemző, hogy van vezetői engedélyük, de nem használják. A budapestiek esetében sokan azért nem közlekednek autóval, mert egyelőre csak terveikben szerepel a vezetői engedély megszerzése. A diploma nélküliekre és főleg az érettségi nélküliekre, illetve az alacsonyabb anyagi helyzetűekre egyaránt nagyobb valószínűséggel jellemző, hogy nincs vezetői engedélyük. Az autó használat az átlagosnál jobb anyagi helyzetűek (61 százalék), a férfiak (60 százalék), a diplomások (55 százalék) és a megyei jogú városokban lakók (50 százalék) körében a legjellemzőbb.



10. ábra Járművezetési szokások, jogosítvány szerzés és autóhasználati típusok

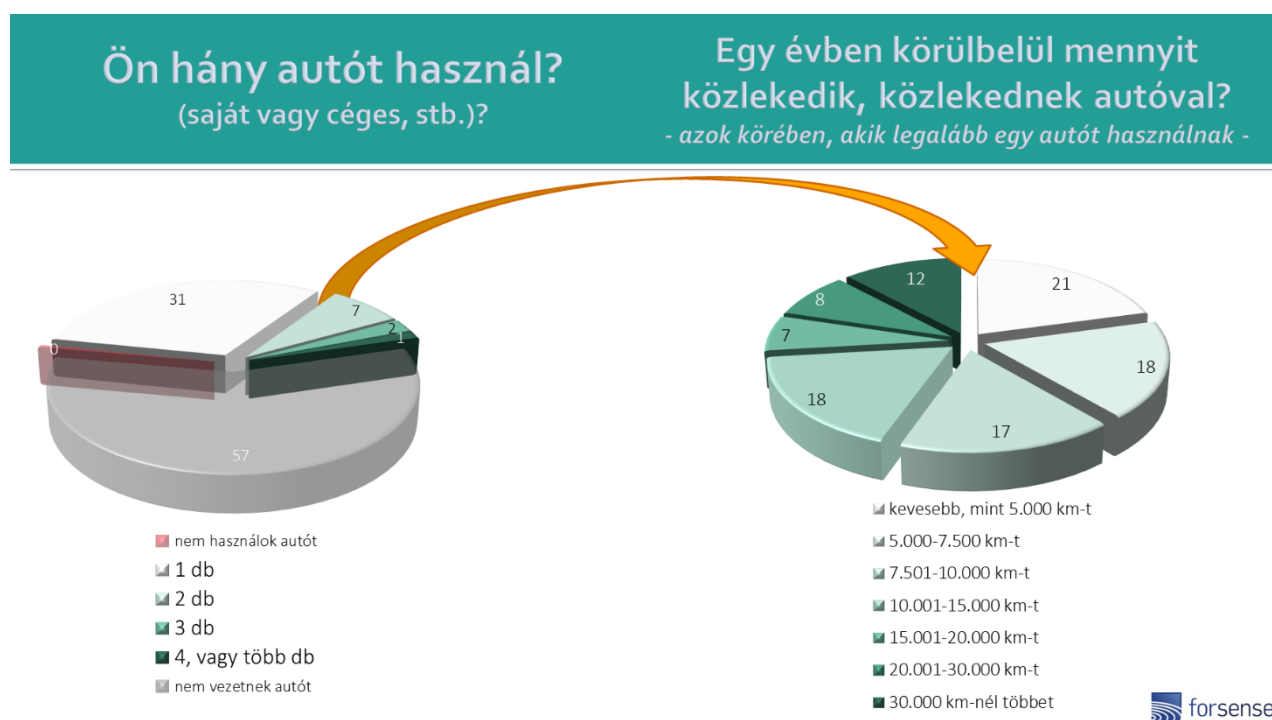
A jogosítványszerzés és autóvezetési hajlandóság érdekes módon értékpreferenciákkal és médiafogyasztási típusokkal is összefüggést mutat (a proaktív és a hagyományos médiafogyasztók, illetve a posztmaterialisták is inkább vezetnek).

Az autót vezetőik 95 százaléka saját autót (is) használ, a céges tulajdonú autót vezetőik aránya a válaszadóknak mindössze 8 százalékát teszi ki, a vezetőik 4 százaléka pedig azt mondta, hogy az általa vezetett autónak más a tulajdonosa, de ő használja. Saját vállalkozás autóját vagy lízingelt autót használ 3 százalék, 2 százalék pedig alkalmanként bérelt autót vezet. A válaszadók háromnegyede mondta, hogy közvetlen családjában van saját tulajdonú vagy üzemeltetőként fenntartott autó. A jobb anyagi helyzet, a magasabb végzettség és az életkor is befolyásolja, hogy van-e a családban autó. A vezetőik 73 százaléka használ egy, 18 százaléka kettő, és 5 százaléka három autót. A válaszadók által használt autó átlagosan 14 éves, a leggyakoribb válasz pedig a 20 év volt, ami jól mutatja, hogy a sok koros jármű mellett alacsonyabb az aránya a fiatalabb, 10 év alatti korú autóknak. A válaszadók autóinak 60 százaléka benzines, 29 százaléka dízel, 7 százaléka hibrid, és 3 százaléka elektromos, ezek a számok alapvetően illeszkednek az autós statisztikák adataihoz, az elektromos járművek aránya alacsonyabb a hivatalos statisztikákban. A válaszadók által használt leggyakoribb márka pedig a Suzuki, az Opel, Renault, Volkswagen, Ford, Skoda, Toyota, Peugeot, valamint a Kia és Hyundai emelhető még ki. Elektromos autót a válaszadók 5, elektromos robogót 2 százalékuk használ, ugyanakkor 36 százalék azt válaszolta, hogy a hétköznapi életben a legpraktikusabb elektromos jármű 36 százalékuknak az autó, 9 százalékuknak a robogó lenne.

Az autóhasználat gyakorisága azok körében, akik használnak autót, úgy alakul, hogy 44 százalékuk minden nap, 37 százalékuk hetente többször, 11 százalékuk pedig hetente egyszer használja azt, ritkább használat pedig 8 százalékra jellemző. Ezek az értékek korábbi, 2021-es felmérésünkhöz képest gyakorlatilag nem változtak. A naponta autót használók (az autóval rendelkezők és autót vezetőik) aránya az összes megkérdezetthez viszonyítva 19 százalék, míg legalább heti egyszer autózóké további 21 százalék. A megkérdezett legalább egy autót használók 9 tizede hétköznapi és hétvégén is használja autóját, a csak hétvégi, illetve csak hétköznapi használat mindössze 4-4 százalékukra jellemző. Utóbbi arányokban elmozdulás történt az elmúlt 3 évben, korábban a válaszadók nyolctizede használta egyaránt mindkét időszakban az autóját, és háromszor annyian voltak az azt csak hétköznapi használók. A napi használat úgy oszlik meg, hogy a relatív többség 20 és 50 kilométert megy (44 százalék), kevesebbet 26, többet 30 százalék autózik, a napi szinten autót használók körében. Kevesebb, mint 10 kilométert 6 százalék megy naponta, 100 km-nél többet

pedig 9 százalék. A hetente, vagy havonta közlekedők között is a 20-50 kilométer a leggyakoribb megtett távolság, 34 százalékuk autózik ennyit a hetente, és 47 százalék ez az arány a havonta autózók között. Ugyanakkor nagyobb időtávon már az ezen átlagos távot meghaladó kategóriák felé billen el a mérleg, 36 százalék a heti 50 km-nél több, és 41 százalék a havi legalább ekkora távot autózók esetén az arány (míg a 20 km-nél kevesebb távot megtevők 29 és 12 százalékos a két csoportban). Korábbi mérésünkben a legalább havonta autózóknak 12 százaléka utazott napi 50 km-nél többet, 24 százaléka 20 és 50 km között, és bár az adatok nem teljesen hasonlíthatók össze az eltérő bázisok miatt, de ebből azért azt a következtetést levonhatjuk, hogy nőtt a többlet autózók, és csökkent a kevesebbet megtevők aránya.

Az éves futásteljesítmény 21 százalék esetén kevesebb, mint 5000 km, 35 százalék 5 és 10 ezer km, 18 százalék a 10 és 15 km közötti távot tesz meg, 15 százalék 15 és 30 ezer km között, 12 százalék pedig 30 ezer km feletti távot autózik évente.



11. ábra Autóhasználat és futásteljesítmény

A legalább havi rendszerességgel autót használók átlagosan 31 ezer forintot költenek üzemanyagra, majdnem tízezer forinttal többet, mint 2021-ben. Egynegyedük 10 és 20 ezer forint közötti összeget, további valamivel kevesebb, mint egynegyedük pedig 20 és 40 ezer forint között költ üzemanyagra. A kérdésre válaszolók 4 százaléka nem vásárol üzemanyagot, mert feltehetően

cég fizeti neki ezt a költséget, vagy mert saját pl. napelemmel termelt elektromos árammal tölti autóját. 2021-ben készült vizsgálatunk idején az üzemanyagra költött összeg legjellemzőbb értéke szintén 10 és 20 ezer Ft közötti volt, viszont akkor ezt többen, a válaszadók egyharmada mondta (-8 százalékpont), 10 ezer Ft-nál kevesebbet akkor még 25 százalék költött (-15 százalékpont), 20 ezer forint felett 2021-ben 28 százalék költött, jelenleg ez 13 százalékponttal magasabb, köszönhetően a magasabb üzemanyagáraknak is. 2024-ben az üzemanyag árát a válaszadók 59 százalék tartja nagyon drágának, 2021-ben ez az arány még 53 százalék volt.

Közlekedéssel kapcsolatos közösségi és megosztásos gazdasággal kapcsolatos vélemények, „telekocsi”, közösségi járműmegosztás

A közlekedés eszközök megosztásának terjedése a COVID-19 világjárvány kitörése óta felgyorsult, mivel az emberek a tömegközlekedés alternatíváját keresik (Cesnuittyé et al., 2022). A közlekedési szektorban a megosztásnak kiemelt szerepe van egy fenntarthatóbb közlekedési modell kialakulásában és elterjedésében. A kerékpár-megosztó rendszerek nagyban hozzájárulnak a fenntarthatóbb városi közlekedéshez, és támogatják a járművek közösségi használatának népszerűsítését és elterjedését. A telekocsi (carpooling, ride-sharing) és az autómegosztás (carsharing) szerepe ennél is átfogóbb, a személyes mobilitás egy új, kevesebb autóval jellemezhető modelljének alapjait és működési algoritmusait teremti meg. Az autómegosztók által alkalmazott digitális megoldások és applikációk előkészítik a terepet az olyan jövőbeli szolgáltatások fejlesztéséhez és elterjedéséhez, mint az önvezető autók megosztása vagy a vezető nélküli „robotaxi” üzemeltetése. A területtel foglalkozó kutatók közül sokan az autómegosztás, az e-mobilitás és az autonóm (önvezető) autók használatának hármas forradalmától várják a fenntartható városi közlekedés megvalósulását.³² Kevesebb autót, a közlekedési kiadások drasztikus visszaesését, az üvegházhatású gázok kibocsátásának radikális csökkenését, a mobilitás lehetőségeinek többek általi elérését várják a modellváltástól, amelynek központi eleme a telekocsi (carpooling, ride-sharing) és az autómegosztás (carsharing) mainál jóval szélesebb körű alkalmazása.

Az új modell hosszútávú fejlődése egyértelműen a károsanyagkibocsátás minimálisra, illetve nullára csökkentését segíti a szektorban, de természetesen további, megoldásra váró munkaerőpiaci feszültségek és újabb szabályozási feladatokat generáló kihívások forrása lehet. Számos tényező befolyásolja ennek az átalakulásának a teljes kibontakozását, beleértve a közlekedő sokaság hozzáállását, hajlandóságát utazásainak „megosztásához”, lemondását az

³² Sperling, D. (2018) Three Revolutions Steering Automated, Shared, and Electric Vehicles to a Better Future

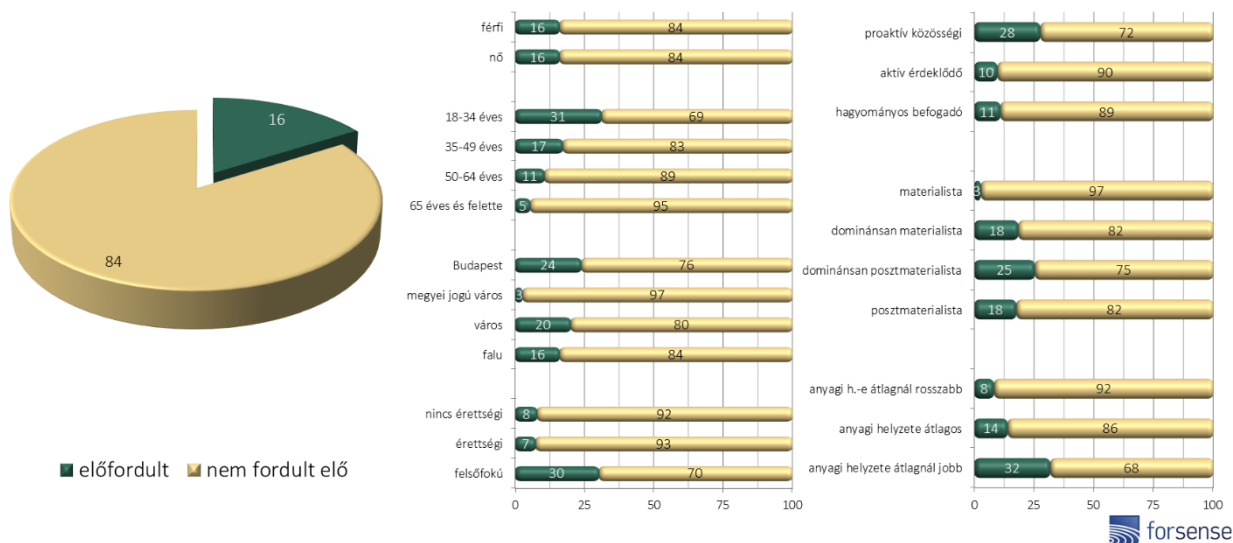
autó tulajdonlásáról, az akkumulátor és a gyártás költségeinek folyamatos csökkenését, a vállalatok alkalmazkodóképességét etc. Mindezek között az egyik legfontosabb tényező azonban a támogató politikai és szabályozási környezet, amely központi szerepet játszik ezen technológiai innovációk és szemléletbeli változások felgyorsításában és nem utolsósorban annak biztosításában, hogy az újítások a közérdeket szolgálják egy közös, elektromos, automatizált járművekre épülő közlekedési rendszerrel. (Sperling 2018)

A megosztott közlekedés konkrét megjelenési formái:

- Uber, Bolt: Taxiszolgáltatásokhoz hasonló, de gyakran azoknál olcsóbb szolgáltatások.
- BlaBlaCar: Utazások megosztása, ahol az utasok hozzájárulnak az utazás költségeihez.
- Autópálya társulás: Alkalmi személyszállítás, ahol az autó tulajdonosok felváltva fuvarozzák egymást.
- ShareNow, Enjoy: Autók megosztása rövid távú bérlettel.
- Cooltra, ZigZag: Rollerek megosztása rövid távú bérlettel.
- Mobike, Tobike: Kerékpárok megosztása rövid távú bérlettel.
- Sparkyclub, Parkopedia: Parkolóhelyek megosztása.

Hasonlóan korábbi vizsgálatunkhoz a válaszadók egytizedével fordult már elő, hogy online alkalmazás segítségével talált valakit, aki felvette és – mérsékelt díj ellenében – *saját járművével* szállította úti céljához. Alapvetően a jobb anyagi helyzetű, diplomás, 35 évesnél fiatalabb, városban lakók élnek ezekkel a lehetőségekkel. A posztmaterialista értékpreferencia, és a proaktív közösségi médiafogyasztás is növeli az igen válaszok előfordulását. Ennek hátterében a magasabb ismeretszint mellett továbbra is az állhat, hogy e csoportok tagjai magabiztosabban kezelik a digitális platformokat, mobilabbak, gyakrabban utaznak, illetve jelentősebb kínálatból válogathatnak.

Előfordult-e már önnek, hogy el akart jutni valahová és egy járműmegosztó (autó, bicikli, e-roller) szolgáltatás járművét használta a közlekedéshez?

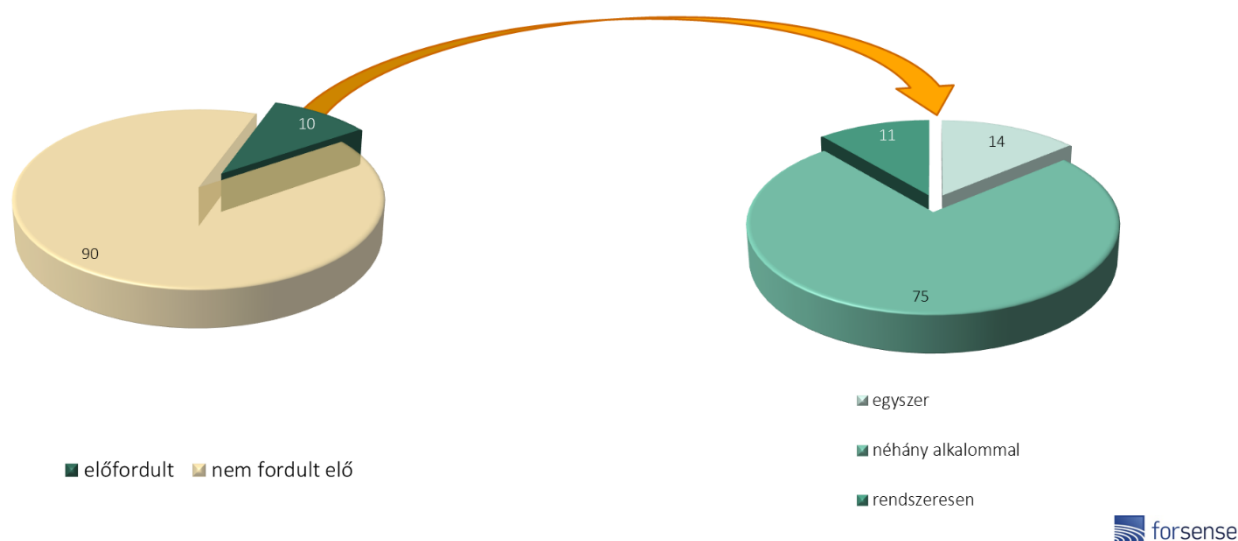


12. ábra A telekocsi jellegű közösségi szolgáltatás használata szocio-demográfiai bontásban

A „telekocsi” típusú szolgáltatásokat többnyire alkalmanként veszik igénybe (75 százalék), egytizedükre jellemző a rendszeres használat, ezek a gyakorisági arányok nem változtak a korábbi kutatásunkhoz képest, ellenben a szolgáltatás előfordulása csökkent.

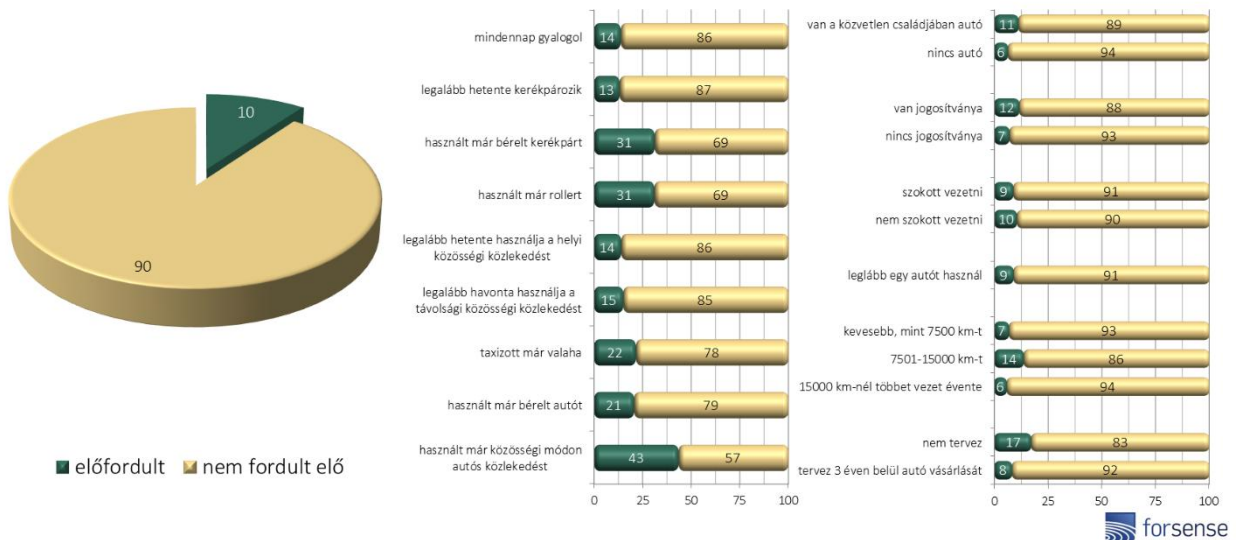
Előfordult-e már önnek, hogy utazni akart valahová, és online alkalmazás segítségével talált valakit, aki felvette önt az autójával?

Milyen gyakran fordult eddig elő, hogy így közlekedett?



13. ábra A telekocsi jellegű közösségi szolgáltatás használatának gyakorisága

Előfordult-e már önnel, hogy utazni akart valahová, és online alkalmazás segítségével talált valakit, aki felvette önt az autójával?

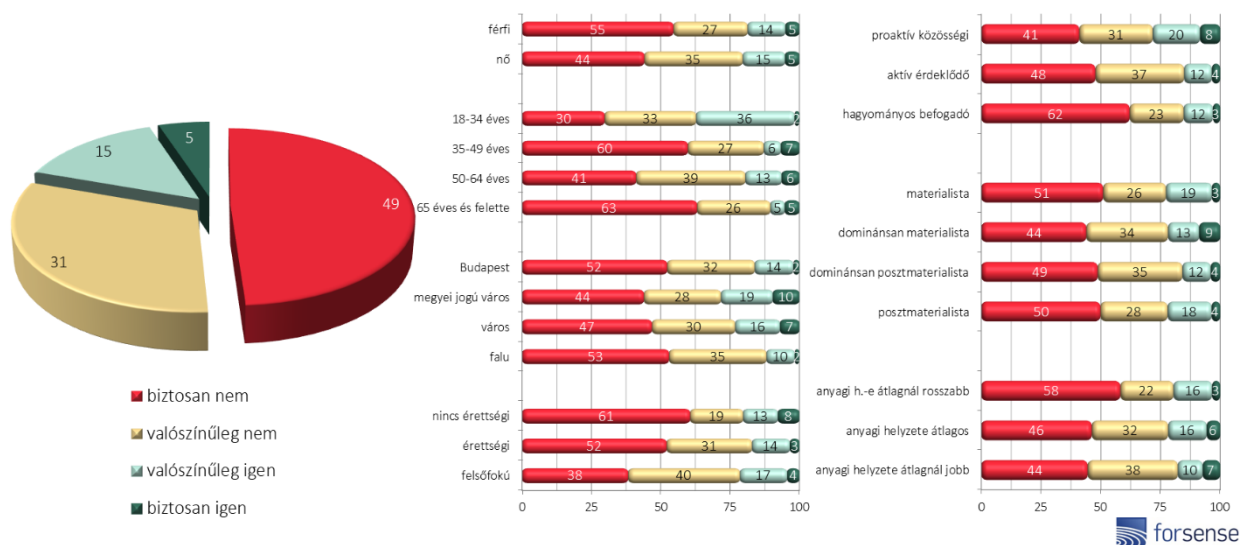


14. ábra A telekocsi jellegű közösségi szolgáltatás használata közlekedési, járműhasználati szokások szerint

Nem meglepő módon első sorban azok használják a telekocsit, pontosabban az általunk körülírtak szerinti online alkalmazás segítségével talált autós szolgáltatást, akik azt választották, hogy már használtak közösségi módon autós közlekedést, továbbá akik használtak már bérelt kerékpárt, vagy rollert, illetve bérelt autót, taxit. Szignifikánsan kevésbé fordult elő ilyen szolgáltatás használata azok körében, akik évente több mint 15 ezer kilométert vezetnek, illetve akiknek nincs autójuk vagy jogosítványuk.

A szolgáltatás kedveltségét jelzi, hogy a korábbi használók kétharmada azt állítja, a jövőben is biztosan, vagy legalábbis valószínűleg fog így utazni. Akik még nem vettek igénybe ilyen szolgáltatást (a kérdezettek 90 százaléka), azok 5 százaléka válaszolta azt, hogy biztosan és további egytizedük, hogy valószínűleg fog így utazni. Az összes válaszadónak összességében 5 százaléka biztosan, további 15 százaléka valószínűleg a jövőben (is) fog „telekocsival” utazni, míg a felük biztosan nem. Az egyértelműen elutasítók között nagyobb valószínűséggel vannak a férfiak, a 65 éven felüliek, falusiak, érettségivel nem rendelkezők, az átlagosnál rosszabb anyagi helyzetűek, és a hagyományos médiafogyasztók. A legalább valószínű tervezett használatot elsősorban a fiatalabb életkorúak, a megyei jogú városokban és városokban élők, a proaktív közösségi médiahasználatot jellemző csoport körében tapasztaltuk. A telekocsi-szolgáltatások közül használat szempontjából messze kiemelkedik az oszkar.com.

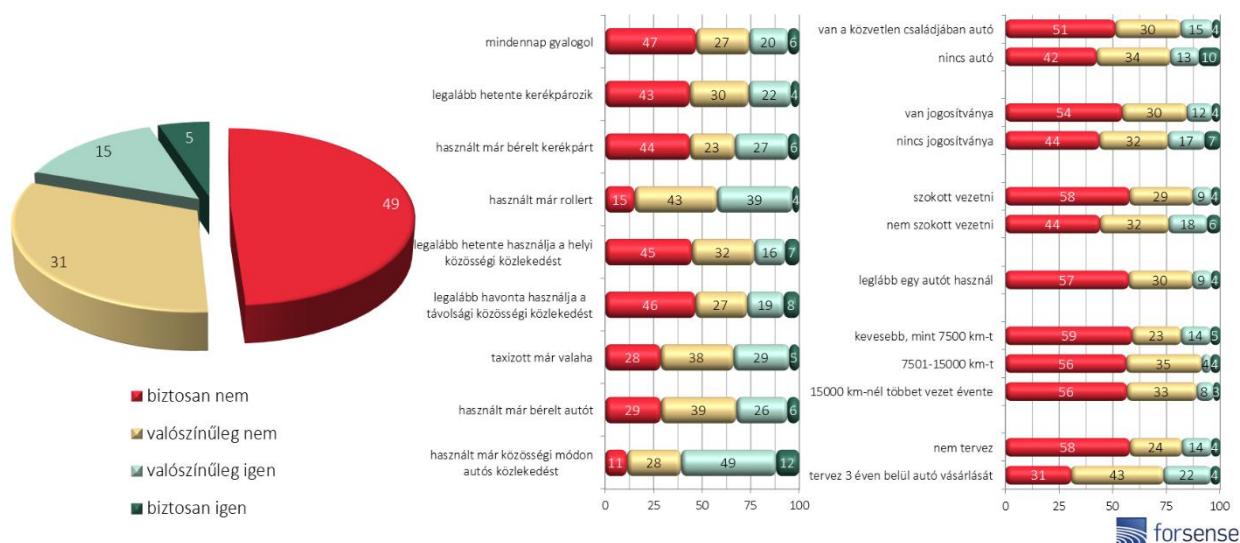
Tervezi-e azt, hogy a jövőben is fog így („telekocsi”-val) utazni?



15. ábra A telekocsi jellegű közösségi szolgáltatás használatára vonatkozó tervek szocio-demográfiai bontásban

Az utazási, közlekedési, járműhasználati szokások befolyásolják a véleményeket. Akik azt tervezik, hogy valószínűleg, vagy biztosan fognak „telekocsival” utazni a jövőben, elsősorban a következő csoportokban jellemző: használtak már autót közösségi módon, terveznek autót vásárolni, valamint használtak már rollert vagy bérelt kerékpárt, taxiztak már, vagy béreltek autót. Továbbá azok körében is népszerűbb valamivel az átlagnál a „telekocsi” tervezett használata, akiknek nincs jogosítványuk, vagy nem szoktak vezetni, szemben azokkal, akik szoktak vezetni, vagy van autójuk (és nem terveznek autót venni), mert az utóbbiak vélhetően nem fogják használni.

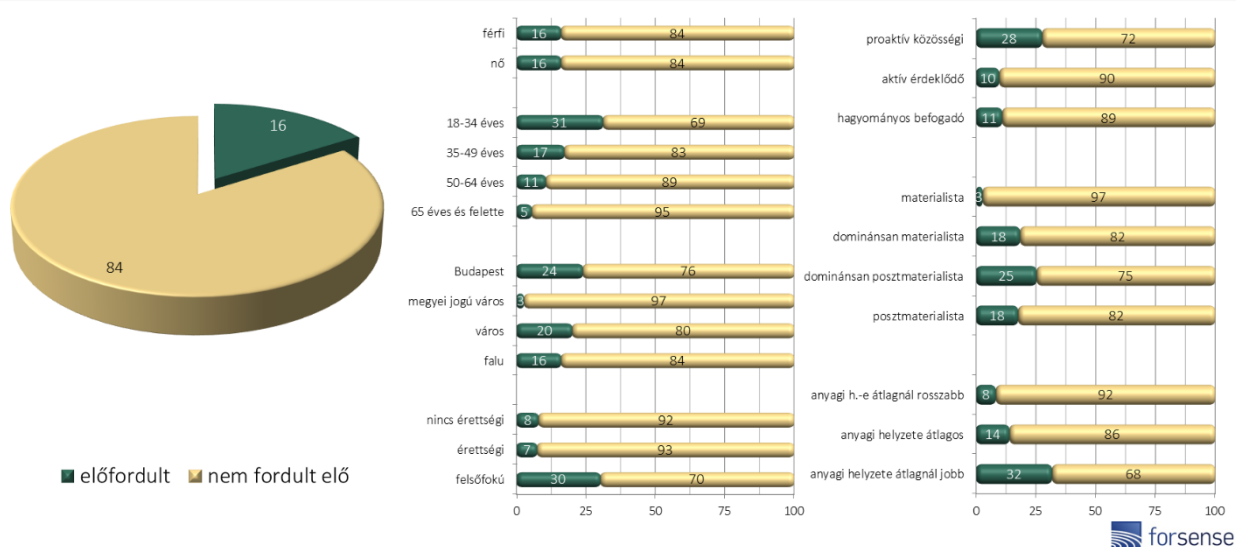
Tervezi-e azt, hogy a jövőben is fog így („telekocsival”) utazni?



16. ábra A telekocsi jellegű közösségi szolgáltatás használatára vonatkozó tervek közlekedési, járműhasználati szokások szerint

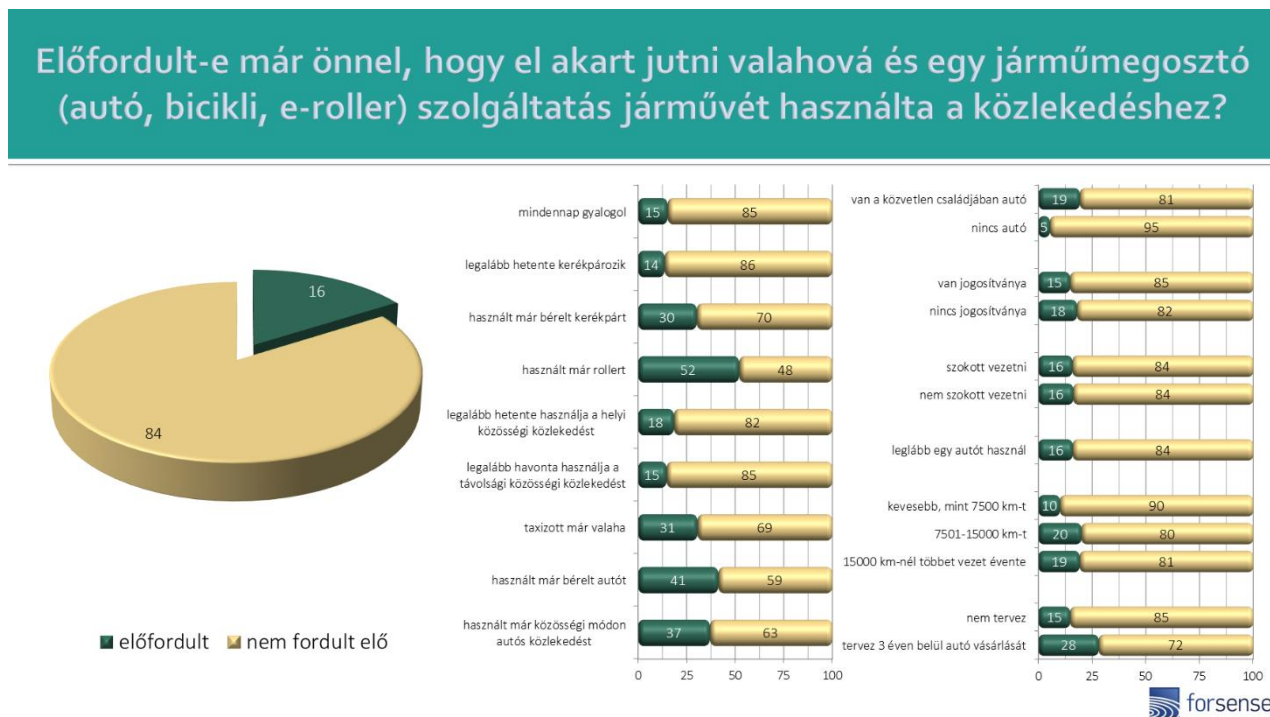
A kérdezettek 16 százaléka mondta, hogy használta már járműmegosztó szolgáltatás járművét: 59 százalékuk autót, 36 százalékuk kerékpárt, 34 százalékuk e-rollert kölcsönzött ilyen módon (több választ is említhettek).

Előfordult-e már önnek, hogy el akart jutni valahová és egy járműmegosztó (autó, bicikli, e-roller) szolgáltatás járművét használta a közlekedéshez?



17. ábra A járműmegosztó szolgáltatás használata szocio-demográfiai bontásban

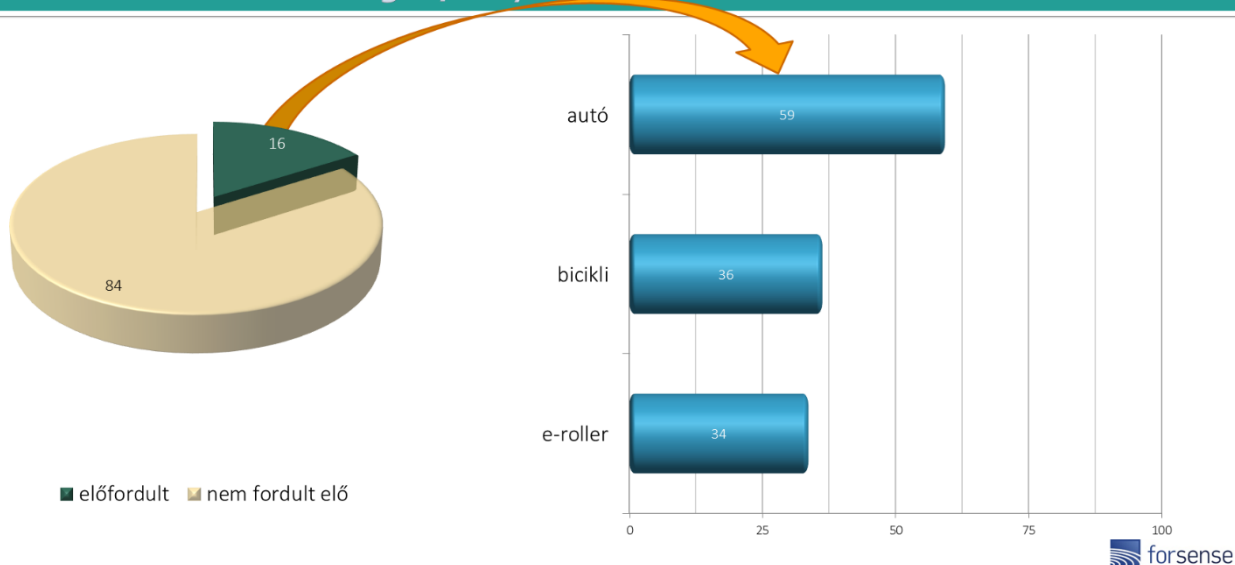
A rövidtávú megosztáson alapuló járműkölcsonzést (carsharing, amennyiben autóról van szó) kedvelők csoportjának társadalmi mintázata, illetve hozzáállása több szempontból is hasonlít a közös autóhasználatot (telekocsi, carpooling, ride-sharing) kedvelőkéhez.



18. ábra A járműmegosztó szolgáltatás használata közlekedési, járműhasználati szokások szerint

Elsősorban a jobb anyagi helyzetű, fiatal, diplomás, Budapesten lakó személyek élnek ezekkel a lehetőségekkel, de a csoport felülreprezentált még a proaktív közösségi médiafogyasztók körében is. Nem meglepő módon, gyakoribb a járműmegosztók használata azok körében, akik használtak már rollert, béreltek már autót, kerékpárt, vagy használtak közösségi módon autós közlekedést. Azok is gyakrabban veszik igénybe a rövid távú járműkölcsonzést, akik szoktak taxival közlekedni, vagy akiknek van a családjukban autó, továbbá és ez már meglepőbb, akik tervezik, hogy 3 éven belül autót vesznek.

Előfordult-e már önnek, hogy el akart jutni valahová és egy járműmegosztó (autó, bicikli, e-roller) szolgáltatás járművét használta a közlekedéshez?
Ha igen, milyen járművet használt?

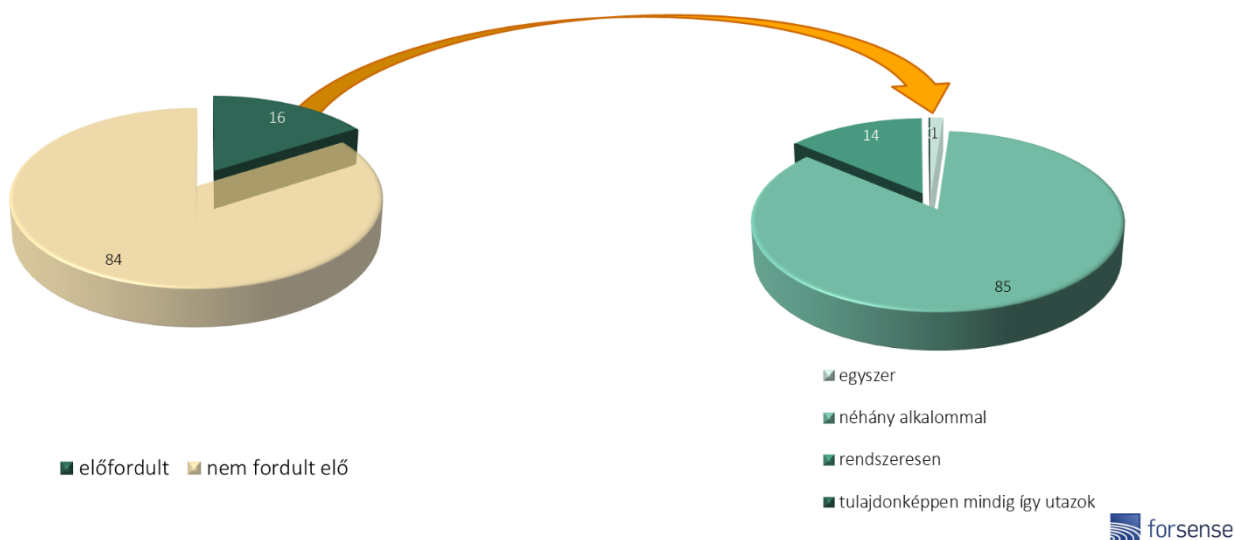


19. ábra Milyen típusú járművet használtak azok, akik valamely járműmegosztó szolgáltatást használták

Akik már éltek ilyen lehetőségekkel, azok már többször is kölcsönöztek így járművet, sőt közel egyhatodik rendszeresen így közlekedik (14 százalék). Őthatoduk a jövőben is tervezi, hogy így szervezi utazását (83 százalék). A korábbi felmérési adatainkhoz képest ezek az értékek tovább javultak, a járműmegosztást használók aránya ugyanakkor nem változott az elmúlt években.

Előfordult-e már önnek, hogy el akart jutni valahová és egy járműmegosztó (autó, bicikli, e-roller) szolgáltatás járművét használta a közlekedéshez?

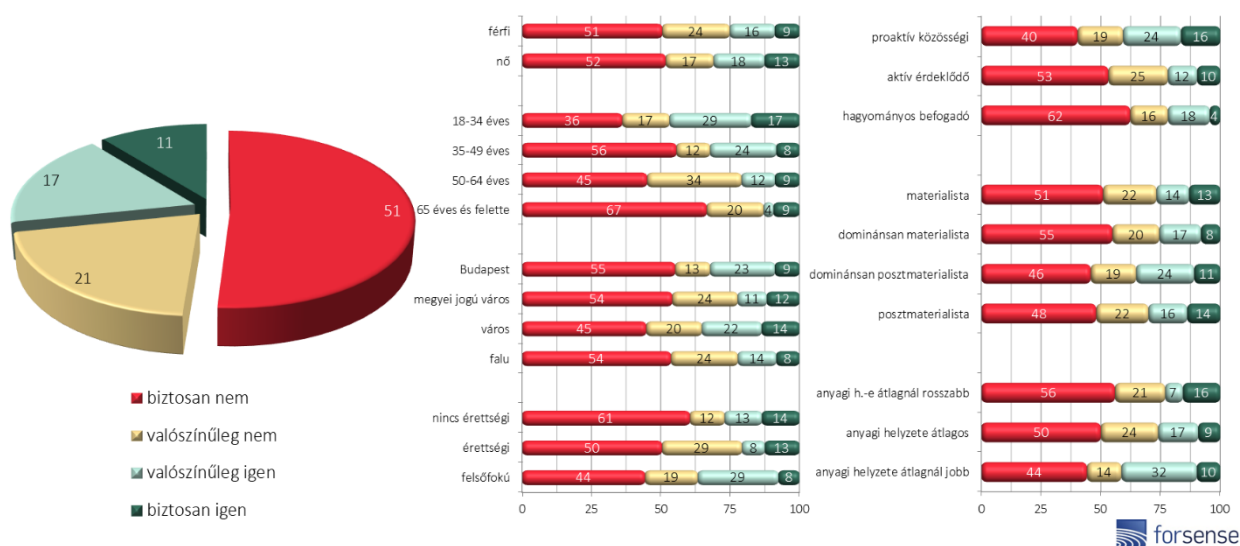
Milyen gyakran fordult eddig elő, hogy így közlekedett?



20. ábra A járműmegosztó szolgáltatás használatának gyakorisága

Akik még nem használták a járműmegosztást, azok 18 százaléka valószínűleg kipróbálná, 60 százalékuk biztosan nem. Az összes válaszadó fele biztosan nem használná ezt a szolgáltatást, 11 százalék biztosan fog a jövőben (is) így utazni, míg további 17 százalék valószínűleg fog.

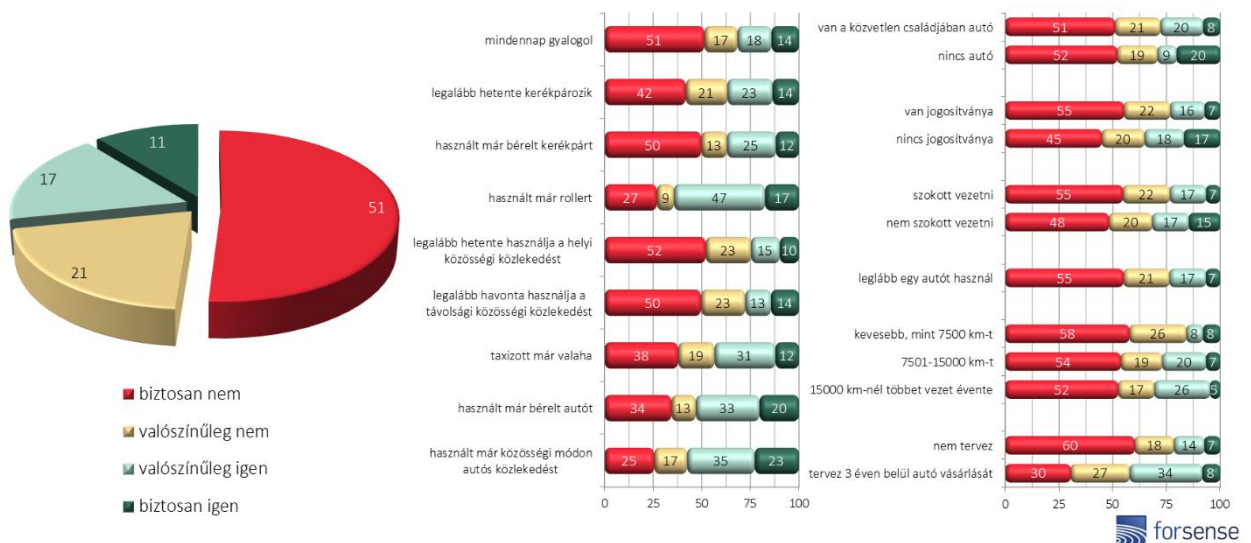
Tervezi-e azt, hogy a jövőben (is) fog így utazni?



21. ábra A járműmegosztás használatára vonatkozó jövőbeni tervek szocio-demográfiai bontásban

Biztosan, vagy valószínűleg fognak autót, biciklit, vagy rollert rövidtávra bérelni, akik már használtak rollert, béreltek autót, taxiztak, béreltek kerékpárt, vagy használtak autós közlekedést közösségi módon. Népszerűbb ez a szolgáltatás nem csak azok körében, akik heti rendszerességgel kerékpároznak, hanem azok körében is, akik napi szinten gyalognak. Inkább tervezik igénybe venni azok is, akiknek nincs autójuk, nem szoktak vezetni, vagy nincs jogsijuk (nyilván utóbbiaknál a kerékpár és a roller jön szóba, illetve a jogosítvány megszerzése). Ismét érdekes eredmény, hogy azok, akik terveznek autót venni, vagy azok, akik évente sokat (15 ezer km-nél többet) vezetnek, szintén valószínűbben használnák ezeket a járműmegosztó szolgáltatásokat.

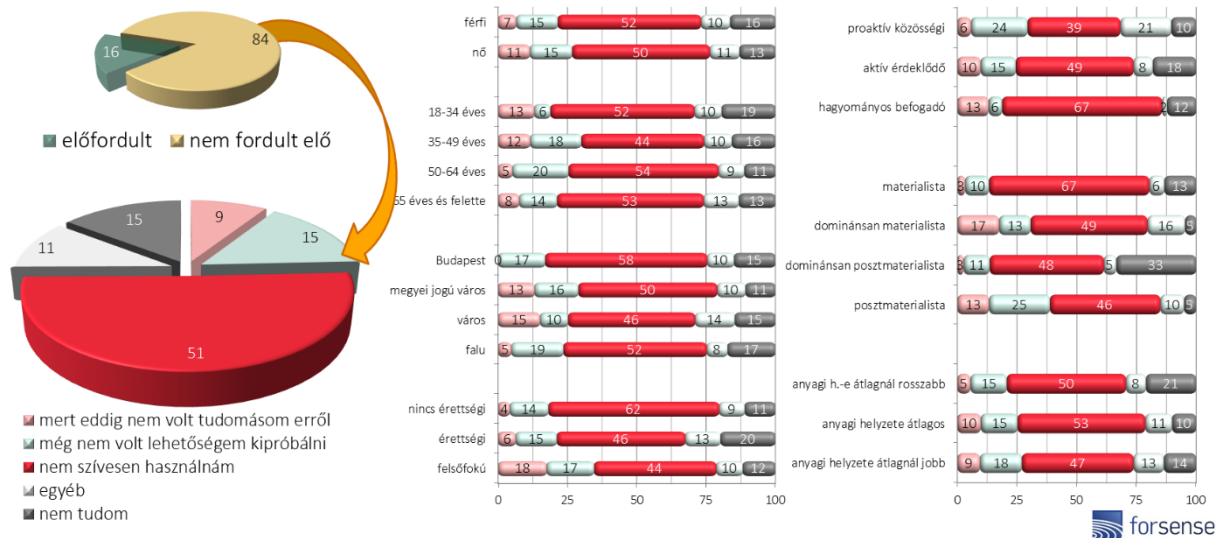
Tervezi-e azt, hogy a jövőben (is) fog így utazni?



22. ábra A járműmegosztás használatára vonatkozó jövőbeni tervek közlekedési, járműhasználati szokások szerint

A biztos elutasítás leginkább az idősekre, alacsony végzettségűekre, valamint a hagyományos médiafogyasztókra jellemző. A valószínű használat pedig a fiatalokra, diplomásokra, az átlagnál jobb anyagi helyzetűekre, illetve a proaktív közösségi médiahasználókra jellemző. Biztosan nem fognak járműmegosztást használni azok sem, akik keveset vezetnek, van jogosítványuk, használnak autót, illetve akik nem terveznek autót venni.

Előfordult-e már önnel, hogy el akart jutni valahová és egy járműmegosztó (autó, bicikli, e-roller) szolgáltatás járművét használta a közlekedéshez?
Miért nem fordult elő?

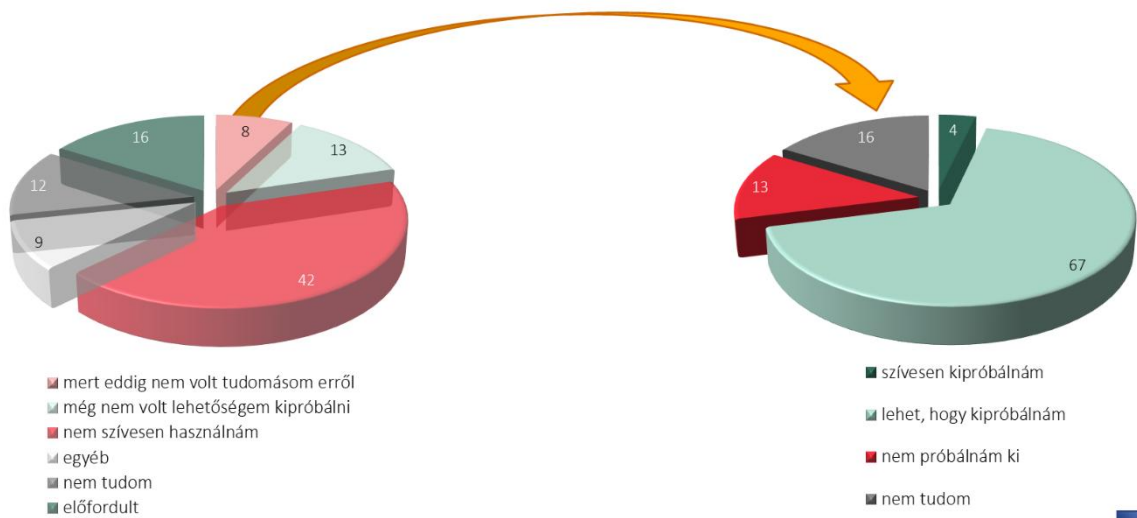


23. ábra Mi az oka, hogy nem fordult elő, hogy igénybe vették a járműmegosztást

Azoktól, akik még nem használták a járműmegosztást (a válaszadók 84 százaléka), azt is megkérdeztük, miért nem fordult elő, hogy járműmegosztó szolgáltatás járművét használták a közlekedéshez. Felük azt válaszolta, hogy nem szívesen használná, 15-15 százalékuk nem tudta megmondani az okát, illetve nem volt még lehetősége erre. A válaszolók kevesebb, mint tizede mondta, hogy eddig nem hallott ilyen szolgáltatásról, de kétharmaduk jelezte, hogy miután most tudomást szerzett erről a lehetőségről lehet, hogy kipróbálná, és további 4 százalékuk szívesen kipróbálná azt.

Előfordult-e már önnek, hogy el akart jutni valahová és egy járműmegosztó (autó, bicikli, e-roller) szolgáltatás járművét használta a közlekedéshez?

Most, hogy tudomást szerzett róla:



forsense

24. ábra Kipróbálnák-e a járműmegosztást azok, akik a kérdőívből tudomást szereztek erről a szolgáltatásról

Az összes megkérdezett 7 százalékát kitevő csoportból (akik a kérdezéskor szereztek erről tudomást) tehát mindössze az összes válaszadó egy százaléka az, aki nem próbálná ki biztosan, 5 százalék viszont igen. A válaszok alapján tehát a válaszadók egyharmada potenciális felhasználója a járműmegosztásnak, amennyiben a híre és lehetősége széles körben elterjed ezen csoportok körében. A járműmegosztó szolgáltatások közül a legtöbben a Mol Bubit, Mol Limo-t és a Greengo-t ismerik.