

**„Ami az enyém, az a miénk is”
A megosztásos gazdaság jövőképe fogyasztói szemmel**

**„Mine is ours”
How consumers thinking about sharing economy**

BAKÓ FERENC¹ – ERCSEY IDA²

Absztrakt

Az alábbi kutatásunkban a megosztásos gazdaság – sharing economy – témakörének fogyasztói szempontú vizsgálatát tűztük ki célul, azonban tanulmányunknak nem célja az adott tématerület teljes lefedése. Mivel a sharing economy tématerületének ilyen jellegű vizsgálata a legtöbb tanulmányban az utazásra és a szálláshelyek vizsgálatára korlátozódik, ezért feladatunknak éreztük, hogy megvizsgáljuk, a magyarországi fogyasztók véleményét a megosztásos gazdaságról, valamint, hogy a jövőben véleményük szerint, milyen új területeken jelenhet meg a javak ún. P2P (peer-to-peer) alapú megosztása. Egy külön fejezetben arra is kitérünk, hogy ez az új gazdasági rendszer milyen marketingeszközöket kíván.

Kulcsszavak: sharing economy, fogyasztói magatartás, P2P, szolgáltatás

Abstract

The objective of our paper is to examine the sharing economy consideration the consumer. But, we do not aim to cover the whole topic. Because the most of studies related to sharing economy have focused on the examination of the traveling and accommodation services, accordingly we regard as an important task to explore the Hungarian consumers' opinions on the sharing economy. Besides that, we highlight the consumers' opinions about the new territories that the goods sharing based on the score of P2P (peer-to-peer) approach may appear. In single chapter we are concerned with marketing tools for these new economic systems.

Keywords: sharing economy, consumer behaviour, P2P, services

BEVEZETÉS

Az alábbi kutatásunkban a megosztásos gazdaság – sharing economy – témakörének fogyasztói szempontú vizsgálatát tűztük ki célul, azonban dolgozatunknak nem célja az adott tématerület teljes lefedése.

A tanulmány első részében a fontosabb szakirodalmi műveket tekintjük át, majd a szekunder adatok elemzése után a primer kutatási eredmények bemutatásával és a következtetések levonásával zárul. Az adatgyűjtés online kérdőíves megkérdezéssel történt, melyben nyílt és

¹ Bakó Ferenc – PhD hallgató, Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, bako.ferenc@sze.hu

² Ercsey Ida – egyetemi docens, tanszékvezető, Széchenyi István Egyetem, Marketing és Menedzsment Tanszék, ercsey@sze.hu

zárt kérdések egyaránt szerepeltek. A mintában felülreprezentáltak a fiatalabb korosztály tagjai és a városi/fővárosi lakosok, azonban a községekben élő válaszadók is szolgáltatottak adatokat. A válaszadók megfogalmazták véleményüket a megosztásos gazdaságról és annak általuk vélt jövőjéről, valamint érveket és ellenérveket is felsorakoztattak a javak másokkal való megosztása mellett és ellen.

A primer kutatás során felhasznált minta semmilyen szempontból nem reprezentatív, azonban jó alapot szolgáltat a lényegesebb információk, következtetések levonására, valamint a további kutatások kidolgozásához.

1. FŐBB SZAKIRODALMI MEGÁLLAPÍTÁSOK

A gazdasági fejlődés folyamatosan életre hív újabb és újabb irányzatokat és követel meg állandó alkalmazkodást mind a vállalatok, mind pedig a fogyasztók részéről. Egyik ilyen új trend a gazdaságban az ún. sharing economy fogalma, ami tulajdonképpen a folyamat lényegét tekintve nem is annyira újkeletű, hiszen a felesleges erőforrások, termékek megosztása, továbbértékesítése már ősidők óta megfigyelhető volt a társadalmakban. A megosztás egyfajta proszociális képesség (a segítség képessége) által valósul meg (Nagy, 1998). A megosztáson alapuló gazdaság (sharing economy) rohamosan nötte ki magát egy szűk piaci részből főirányú társadalmi mozgalommá. A közösségi gazdaság fogalma annyit jelent, hogy az ingó és ingatlan eszközeink, időnk vagy munkavégzési képességünk szabad kapacitásait megosztjuk másokkal. Mindezt kiegészíti az online kapcsolat lehetősége, mely összeköti a kínálatot és a keresletet (Kruliš & Rezková, 2016). A nyugati országokban mára már trend, a keleti régiókban azonban még csak alakuló mozgalom. A fellendülés kifejezetten az egyre inkább digitalizálódó világunknak köszönhető, hiszen így sokkal rövidebb úton találkozhat egymással a kereslet és a kínálat. A sharing economy Fraiberger és Sundararajan (2015) szerint a közösségi fogyasztás alapján szerveződő rendszert jelenti. A rendszer lényege, hogy a fogyasztó akkor veheti igénybe az adott terméket, amikor arra épp szüksége van, mindezt pedig anélkül teheti, hogy a pillanatnyi szükségletének kielégítéséhez szükséges eszközt egy életre meg kellene vásárolnia (Nagy, 2016). Ez pedig a későbbiekben azt eredményezheti, hogy háttérbe szorul az egyéni tulajdonlás fontossága, és a kölcsönzés, bérlés – tehát a megosztás – kerül előtérbe. Azonban, ha mélyebbre is látunk a felszínnél, észrevehetjük, hogy ettől lényegesen összetettebb és bonyolultabb rendszerről van szó, mintsem ezt a fogalmat kizárólag a megosztás jelensége köré fonhatnánk. Egy másik tanulmány, mely a megosztó vállalatok működését helyezi fókuszba, három szereplőt különít el ezen az új piacon: a szolgáltatót (aki a termékét megosztaná), a fogyasztót (aki a terméket ideiglenesen igénybe venné) és a kettejük közti tranzakciót lehetővé tevő platformot. Ez a háromszereplős modell leginkább a B2B2C modellhez hasonlítható (Kumar, Lahiri, & Dogan, 2018). Gansky (2010) meghatározott néhány jelenséget, mely hozzájárult a megosztáson alapuló gazdaság térnyeréséhez:

- gazdasági válság
- markáns változások a fogyasztói magatartásban
- a népességszám rohamos emelkedése.

Gansky listája tovább bővíthető az alábbi trendekkel:

- az online platformok, közösségi hálózatok egyre szélesebb körben kötik össze a társadalom tagjait
- a piacok ma már minimális tőkeköltés mellett bővíthetők, hiszen egy újabb üzlet megnyitásához ma már nem feltétlenül van szükség fizikálisan is megjelenő ingatlanokra, egyre több vállalat jelenik meg kizárólag az online térben
- egyre több vállalkozás válik megosztó vállalattá, tehát termékeit nem kizárólag véglegesen értékesíti, hanem lehetőséget biztosít azok időszakos bérlésére is.

Célját tekintve Schor (2016) az alábbi négy kategóriába sorolja a megosztási folyamatokat:

- Javak újraértékesítése
- A tartós javak kihasználtságának növelése
- Szolgáltatások cseréje
- Termelési eszközök megosztása.

Számos kutatás bizonyítja, hogy a megosztáson alapuló gazdasági modell folyamatosan terjed mind a fejlődő, mind pedig a fejlett országokban, ahol már egyre inkább trend, mintsem fejlődő jelenség (Möhlmann, 2015; Martin, 2016; Cheng, 2016).

2. KUTATÁSI ELJÁRÁS ÉS MINTA

Adatgyűjtési eljárásként az online kérdőíves megkérdezést alkalmaztuk. A módszer választása mellett szöveg, hogy a javak megosztásának gyors terjedése is magának a digitalizációs folyamatok rohamos fejlődésének köszönhető, így az online adatgyűjtés megfelelőnek bizonyult. Ez a fajta adatgyűjtés azonban maga után vonja a reprezentativitás hiányát, azonban ezt jelen esetben szintén nem gondoltuk nagy problémának, hiszen – mint ahogy az majd a minta összetételéből is jól látszik majd – a városi lakosok és a fiatal korosztály tagjai a mintán belül felülreprezentáltak, és pontosan ők azok, akik a megosztáson alapuló gazdaság főszereplői napjainkban. Így a tőlük származó információk kiemelkedően fontosak a jelenség vizsgálata kapcsán.

Az online kérdőíves megkérdezést 2018 áprilisában hajtottuk végre, melynek során 680 válaszadás érkezett be. Az adattisztítást követően a végső mintába 625 válaszadó került. A kérdőívbe kizárólag zárt kérdések kerültek. A végső mintán belüli demográfiai ismérvek szerinti megoszlásokat a következő táblázat foglalja össze.

1. táblázat: A megkérdezettek különböző demográfiai ismérvek szerinti százalékos megoszlása (N=625)

		%
Nem	Férfi	47,2
	Nő	52,8
Korcsoportok	20-29	61,5
	30-39	22,0
	40-49	16,5
Lakhely	Főváros	40,2
	Megyei jogú város	25,5
	Város	14,3
	Község	20,0
Iskolai végzettség	Alapfokú	5,0%
	Szakmunkás	22,0%
	Szakközépiskola/gimnázium	48,0%
	Főiskola/Egyetem	25,0%

forrás: saját szerkesztés

A szakmunkás végzettség főként a vidéki válaszadók körében gyakori. Ami a megkérdezettek jövedelmi viszonyát illeti, a megkérdezettek többsége átlagos fizetéssel rendelkezik, a magasabb iskolai végzettségűek körében a havi jövedelmi szint átlag feletti, 8%-uk jövedelme pedig kifejezetten magas (nettó 250 ezer Ft feletti).

A mintába került válaszadók közel fele alkalmazotti munkakörben dolgozik, 27% középszintű vezető, és 10% vállalkozóként tevékenykedik.

3. A MEGOSZTÁSON ALAPULÓ GAZDASÁGGAL KAPCSOLATOS KÉRDÉSEK ÉS VÁLASZOK ÉRTÉKELÉSE

Első körben arra voltunk kíváncsiak, hogy *mennyire ismert a megosztáson alapuló gazdaság – sharing economy –, mint gazdasági jelenség* a fogyasztók körében. A megkérdezettek 68%-a válaszolta, hogy ismeri ezt a gazdasági irányzatot, az igenlő válaszok döntő többsége fővárosi lakosoktól érkezett (47%). A legkevésbé a vidéki válaszadók voltak tisztában e jelenség fogalmával, a vidéki válaszadók 72%-a nemleges választ adott a kérdésre.

Ezt követően azt a kérdést tettük fel, hogy *vett-e már igénybe a megkérdezett személy olyan online szolgáltatást, amely a sharing economy fogalomkörébe tartozik*. Fontos megjegyeznünk, hogy itt olyan szolgáltatásokról volt szó, melyeket online platformokon keresztül vettek igénybe, hiszen hagyományos értelemben minden bizonnyal sokkal többen osztottak már meg termékeket, szolgáltatásokat másokkal. A válaszadók mindössze 4%-a válaszolt igennel, döntő többségük szintén fővárosi lakos. Hasonló eredményeket találunk, ha az Uber ismertségét, illetve használati statisztikáit vizsgáljuk. Azt láthatjuk, hogy a hazai piacon való kétéves tevékenykedése során az Uber ismertsége a fővárosi lakosok körében 79%, azonban a szolgáltatást használók aránya ezen belül mindössze 7% (digitalhungary.hu).

A kérdőív harmadik részében különböző állításokat fogalmaztunk meg, majd ezeket egy 5 fokú Likert-skálán kellett a válaszadóknak értékelniük aszerint, hogy *mennyire értenek egyet az egyes állításokkal* (1 – egyáltalán nem értek egyet; 5 – teljes mértékben egyetértek). Az első állítást az alábbiak szerint fogalmaztuk meg: *Véleményem szerint a megosztáson alapuló gazdaság terjedése pozitív hatást gyakorol majd a gazdaságunkra*. A válaszok átlagértéke 2,54; szórása 1,05. Első pillantásra úgy gondolhatnánk, hogy a fogyasztók összességében kevésbé gondolják, hogy ez a fajta trend pozitív hatást gyakorol majd a gazdaságunkra, azonban amikor lakhely szerinti bontásban vizsgáltuk a válaszokat, máris egyértelművé vált, miért nem azt az eredményt kaptuk, melyet előzetesen vártunk. Azt láttuk, hogy a vidéki válaszadók skálaértékei szignifikáns eltérést mutatnak a fővárosi válaszadókhöz képest. Értékelésük sokkal inkább negatív irányba tolódott el, az átlagérték 1,6 körül alakul. A fővárosi válaszadók sokkal pozitívabb értékeket jelöltek meg a válaszadáskor, az ő átlagértékük 3,88; 0,74-es szórással. Ez minden bizonnyal annak köszönhető, hogy ők sokkal gyakrabban találkoztak már az efféle szolgáltatásokkal (Wang – Nicolau 2017), így attitűdjük is pozitívabb e gazdasági jelenséggel kapcsolatban. A megkérdezettek többsége nagyon valószínűnek tartja, hogy a közeljövőben még inkább *terjedni fog a közösségi megosztás*. Itt szintén a városi, fővárosi lakosok voltak derűlátóbbak, valamint a fiatalabb korosztály tagjai. Arra az állításra, hogy *valószínűleg a közeljövőben a fogyasztó vesz majd igénybe ilyen jellegű szolgáltatásokat*, szintén a fővárosi és városi lakosság körében voltak pozitív értékek, a vidéki válaszadók, elutasítóbbak voltak ezzel a kijelentéssel szemben. Itt a korcsoportok tekintetében nem volt lényegi eltérés.

Az előzőhöz közel azonos (átl. 3,38; szórás: 1,37) értékeket láthattunk, amikor arról kérdeztük a fogyasztókat, hogy *egyetértene-e abban, hogy főként a nagyobb értékű tárgyak bérlése esetén jelenthet nagyobb segítséget a megosztáson alapuló gazdasági modell*. Mindemellett abban is nagy volt az egyetértés, hogy *ez a fajta értékesítési mód az alacsonyabb jövedelemmel rendelkező társadalmi rétegek tagjai számára jelenthet segítséget* (átl. 4,68; szórás 0,63).

Az utolsó állítás esetében szintén nem tapasztaltunk szignifikáns különbségeket a városi és a vidéki lakosok válaszai között. Az állítás a következő volt: *Véleményem szerint már napjainkban is biztonságosnak tekinthető ez a fajta értékesítési lehetőség*. A válaszok

átlagértéke az alábbi: átlag: 1,73, szórás 0,46. Itt valószínűleg a törvényi, jogi szabályozások hiányát érzékelik a fogyasztók, hiszen bármely területet vizsgáljuk, azt találjuk, hogy nincs egységes, kiforrott szabályozás erre az értékesítési módra (Koopman et al., 2014). Akár a szobák bérbeadására, akár a munkavégzésre gondolunk, nem találunk megfelelő rendelkezéseket ezekre vonatkozóan, tehát mind a fogyasztó, mind pedig az értékesítő személy bizonyos kockázatot vállal. Nem szabályozott az adózási rendszer, sem fogyasztóvédelem, de a megfelelő higiéniai, egészségügyi előírások sem állnak még rendelkezésre, melyek kifejezetten a sharing economy területén folytatott tevékenységekre vonatkoznának. Valószínűleg éppen ezek a hiányosságok köszönnek vissza a válaszadók értékeléseiben.

2. táblázat: A megosztáson alapuló gazdasággal kapcsolatos főbb állítások átlagértékei és szórásértékei (N=625)

Állítás	Átlag	Szórás
Ez a rendszer az alacsony jövedelmű emberek számára lehet nagy segítség.	4,68	0,63
A SE szolgáltatások a leginkább nagy értékű termékek bérlésének lehetősége esetén jelenthet segítséget. (pl. autó, iroda)	3,38	1,37
Elképzelhetőnek tartom, hogy a jövőben széles körben elterjed ez az újfajta gazdasági modell.	2,90	0,98
Elképzelhetőnek tartom, hogy a jövőben SE szolgáltatást veszek igénybe.	2,62	1,26
Véleményem szerint a SE terjedése pozitív hatást gyakorol a gazdaságunkra.	2,54	1,05
A későbbiekben elképzelhető, hogy kisebb értékű eszközeimet ilyen módon bére adom.	2,08	1,08
Ha lehetőségem adódna, szívesen választanám ezt a fajta értékesítési módot az üresen álló szobám bérbeadására.	1,98	0,88
Véleményem szerint már napjainkban is biztonságosnak tekinthető a fajta fogyasztási lehetőség.	1,73	0,46

forrás: saját szerkesztés

4. ÖSSZEGRZÉS

Kutatásunkból kiderült, hogy a magyarországi fogyasztói társadalom még meglehetősen negatív attitűddel rendelkezik a megosztáson alapuló gazdaság modelljével szemben, a negatív megítélés azonban főként a vidéki lakosok körében és az idősebb korosztály tagjai között a leggyakoribb. A megkérdezettek többsége negatív választ adott arra a kérdésre, hogy a közeljövőben tervezi-e efféle szolgáltatások igénybevételét, ahogy azt is elutasították, hogy az esetlegesen üresen álló szobájukat megosztanák másokkal azért, hogy némiképp kiegészíthessék jövedelmüket. Ennek az elutasító magatartásnak egyrészt oka lehet, hogy a magyarországi fogyasztókban van némi ellenérzés, bizalmatlanság az idegen emberekkel szemben, illetve az újat, a szokatlan dolgokat sem szeretik igazán, jobban bíznak a jól megszokott, rutinos dolgokban (Bakó – Eisingerné, 2018). Elsősorban tehát a fogyasztók attitűdjének pozitív irányba terelése lenne célszerű, hiszen ez a kulcsa annak, hogy az ilyenfajta értékesítési módok kellően népszerűvé váljanak hazánkban, valamint a közép- és kelet-európai régiókban. Ahogy a nyugati országokban, úgy hazánkban is a közösségi médiának kell kiemelkedő szerepet tulajdonítani ebben, valamint az ún. WOM (world of mouth, vagyis szájról szájra terjedő) marketingnek, tehát annak, hogy a fogyasztók a saját tapasztalataikat személyesen, illetve különböző online fórumokon osztják meg egymással, ami szintén erős véleményformáló hatással bír. A negatív attitűd javításának egy másik kulcstényezője a megfelelő törvényi, jogi szabályozás megalkotása, melynek hatására a fogyasztók biztonságérzete is nagymértékben javulhat majd a jövőben.

Ami a további kutatásokat illeti, a jövőben a fővárosi, városi, illetve vidéki válaszadókat kellő körültekintéssel kell kezelnünk, esetenként akár korcsoportokra bontva, hiszen lényeges különbségeket tapasztaltunk az egyes válaszadók között e tekintetben. Az eltéréseket tehát különböző szocio-demográfiai eltérések mentén is érdemes vizsgálni, esetenként két dimenzió mentén – iskolai végzettség és településtípus – akár súlyozható is a vizsgált minta.

Összességében tehát úgy gondoljuk, amennyiben a megfelelő intézkedések a jövőben egyre nagyobb teret biztosítanak ennek a gazdasági irányzatnak, abban az esetben hazánkban is olyan irányzattá nőheti ki magát a megosztáson alapuló gazdasági modell, mint azt teszi már a nyugati országok különböző piacain.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

A publikáció a Széchenyi István Egyetem által az EFOP-3.6.1-16-2016-00017 „Nemzetköziesítés, oktatói, kutatói és hallgatói utánpótlás megteremtése, a tudás és technológiai transzfer fejlesztése, mint az intelligens szakosodás eszközei a Széchenyi István Egyetemen” című uniós projekt keretében készült.

IRODALOMJEGYZÉK

- Bakó Ferenc – Eisingerné Balassa Boglárka (2018) A meleg férfiak mindennapjai Magyarországon, "Sport - Gazdaság - Turizmus": Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017. június 8. elektronikus formában megjelenő kötete. Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2017.06.08 Győr: Széchenyi István Egyetem, 2018., 11 old.
- Cheng, M. (2016) Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70.
- Fraiberger, S. P., & Sundararajan, A. (2015) Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2574337>
- Gansky, L. (2010) *The mesh: Why the future of business is sharing*. Penguin
- Koopman, C. – Mitchell, M. – Thierer, A. (2014) The sharing economy and consumer protection regulation: The case for policy change. *J. Bus. Entrepreneurship & L.*, 8, 529.
- Kruliš, K. – Rezková, A. (2016) Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice, Praha: Asociace pro mezinárodní otázky http://www.amo.cz/wpcontent/uploads/2016/05/amocz_RP_2_2016_web.pdf Letöltve 2018.05.12.
- Kumar, V. – Lahiri, A. – Dogan, O. B. (2018) A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy. *Industrial Marketing Management*, 69(August 2017), 147–160. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.021>
- Martin, C. J. (2016) The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?. *Ecological economics*, 121, 149-159.
- Möhlmann, M. (2015) Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
- Nagy Z. (2016) A Közösségi Gazdaság (Sharing Economy) És Pénzügy, (April), 21–22.
- Nagy, J. (1998) Az érdekvényesítő szociális képességek rendszere és fejlesztése. *Iskolakultúra*, 8(1), 34-47.
- Schor, J. (2016) Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance & Management Economics*, 4(3).
- Távozik az Uber - digitalhungary.hu (letöltve 2018. 09. 30.)
- Wang, D. – Nicolau, J. L. (2017) Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb. com. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120-131.