

E-CONOM

Online tudományos folyóirat
Online Scientific Journal

Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről
Studies on the Economic and Social Sciences



E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
KOLOSZÁR László

Kiadja | Publisher
Soproni Egyetem Kiadó |
University of Sopron Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@uni-sopron.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
HOSCHEK Mónika
JANKÓ Ferenc
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
TAKÁCS Eszter

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
DURGULA Judit

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

SZILÁGYI Bernadett

Portfólió-biztosítási stratégiák – A CPPI stratégia elemzése

Portfolio insurance strategies: Analyzing the CPPI strategy3

HAJDU Dániel

A számok nem hazudnak – vagy mégis? A kreatív számvitel nyomában

Figures Don't Lie – Or Do They? The Clues of Creative Accounting.....19

IBERHALT Máté

**A DEA elemzési módszer gyakorlati alkalmazásának bemutatása
egy konkrét mezőgazdasági vállalkozás példáján keresztül**

*The introduction of the practical application of the DEA method
by the example of a specific agricultural company*.....31

Kis Evelyn

Egyes HR-tevékenységek vizsgálata a Bonafarm Csoportnál

Analyzing some HR activities at the Bonafarm Group43

BIHARY Barbara

**A Kockacsoki Nonprofit Kft. teljesítménymérése a Social Enterprise Scorecard-
modell alkalmazásával**

*The performance measurement of Kockacsoki Nonprofit Ltd. with Social Enterprise
Scorecard-model*.....53

LENGYEL Levente

Új üzleti modell? – A közösségi gazdaság kihívásai Magyarországon

New business model? – The challenges of sharing economy in Hungary.....66

HORTAY Olivér

A kötelező átvételi rendszer átalakulása

The conversion of feed-in tariff system78

LENGYEL LEVENTE¹**Új üzleti modell? – A közösségi gazdaság kihívásai Magyarországon²**

A kutatási témám az elmúlt években egyre nagyobb teret hódító és napjainkban egyre nagyobb sajtóvisszhangot generáló üzleti modell, az úgynevezett „sharing economy”, vagyis a közösségi gazdaság vizsgálata volt. Célként tűztem ki a szakirodalom szintetizálását, valamint a közösségi gazdaság nemzetközi gyakorlatának áttekintése után a magyarországi közösségi gazdaság térképének elkészítését, és ezek szereplőinek vizsgálatát. A primer kutatásom Borsod-Abaúj-Zemplén megyei közösségi gazdaságra irányult. Ezen belül a keresleti oldalra fókuszáltam, feltárva a szereplők összetételét, motivációit és igényeit. Ennek érdekében reprezentatív kérdőíves felmérést végeztem és a megállapításaimat leíró és következtetési statisztikai elemzésekre alapoztam. Jelen tanulmány során a dolgozatban szereplő eredményeknek csak egy kisebb szeletét mutatom be, amelyben egy becslést készítettem a megyére vonatkozóan.

Kulcsszavak: közösségi gazdaság, becslés, stratégia, üzleti modell, Borsod-Abaúj-Zemplén megye
JEL-kódok: C13, D12, L1, L14, M2

New business model? – The challenges of sharing economy in Hungary

My research focused on sharing economy which had been gained more and more ground in recent years and receiving increased media coverage nowadays. My aim was to synthesize the literature and after review of international practice of sharing economy, preparation of Hungarian map of sharing economy, as well examining of their participants. The primary goal of my survey to research of sharing economy in Borsod-Abaúj-Zemplén County. In particular, I would like to concentrate on the demand side, revealing the composition of participators, motivations and needs. For this purpose, I made representative survey and built my observations based on descriptive and inductive statistical analysis. In this paper, I will show a small part of results of my research, I would like to present an estimation for the size of sharing economy in the county.

Keywords: sharing economy, estimation, strategy, business model, Borsod-Abaúj-Zemplén county
JEL Codes: C13, D12, L1, L14, M2

¹ A szerző a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának PhD hallgatója (lengyel.levente@uni-miskolc.hu)

² A tanulmány a XXXIII. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekciójának Sharing economy / Közöségi gazdaság Tagozatában első helyezést elért dolgozat alapján készült. Az OTDK pályamunka konzulensei dr. Szegedi Krisztina és dr. Szilágyi Roland egyetemi docensek.

Bevezetés

A közösségi gazdaság egy gazdasági rendszer, amely az utóbbi évtizedben indult jelentős növekedésnek. (Teubner, et al., 2016) A sharing economy lényege, hogy a benne résztvevő emberek főként online platformokon keresztül tudnak szerveződni és megosztani kihasználatlan erőforrásokat a többi felhasználóval. A Time magazin újságírója, Bryan Walsh 2011-es cikkében a közösségi gazdaság rendszerét a 10 legfontosabb olyan dolog közé sorolta, amelyek meg fogják változtatni a világot. A külföldi kutatások főként a fejlett nyugati országokban tárgyalták fel a közösségi gazdaság pozícióját vagy egy-egy platform adatain alapulva vizsgálták a helyzetet. Sajnos magyar vonatkozásban nem álltak rendelkezésre részletes adatok a sharing economyról, ennek a hiányosságnak a pótlására is szolgál a kutatás. Jelen tanulmány célja a közösségi gazdaság méretének becslése Borsod-Abaúj-Zemplén megyére vonatkozóan.

A feldolgozott szakirodalmak alapján be fogom mutatni ennek a gazdasági rendszernek a fő motívumait és elterjedtségét. Majd a becslés alapjául szolgáló felmérés részleteit és a becslés módszereit.

A sharing economy értelmezése

A sharing economy mögött álló tevékenységek nem mondhatók kifejezetten új tartalomnak, azonban az újdonság részét inkább a jelenlegi megjelenési formája adja, hiszen egyesek szerint a közösségi gazdaság története az emberiségével egyidősnek tekinthető. A barter és a cserkereskedelem már időszámításunk előtt is létezett. Ma sincs másképp, a sharing economy rendszerében is hasonló tevékenységeket végeznek a partnerek, mindössze modernizált formát öltve használják ki a technológiai fejlődés által kínált lehetőségeket.

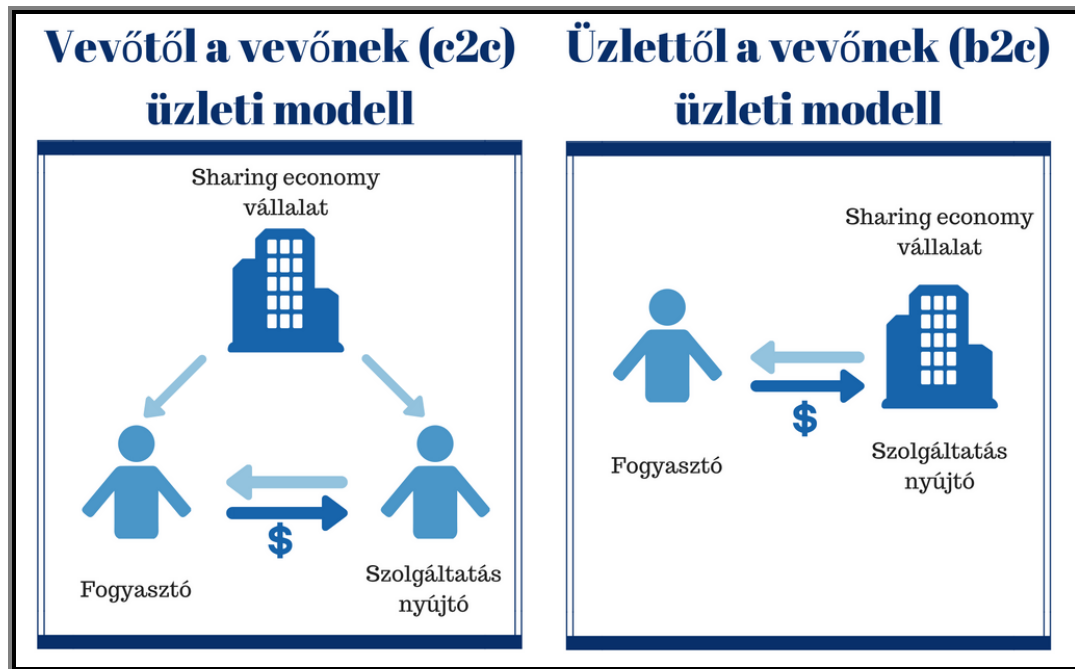
A témában eddig kutatást végzők számos megközelítésből próbálták már definiálni a rendszert, azonban mindenki által elfogadott meghatározása nem létezik. Botsman és Rogers (2011) olyan rendszerként definiálja a közösségi gazdaságot, ami nagyobb hatékonyságú és szélesebb körű hozzáférést biztosító modelleken és piacokon keresztül enged hozzáférést a kihasználatlan eszközök értékéhez. Belk (2013) a szakirodalom alapján összegyűjtötte azokat a kifejezéseket, amelyek jól jellemzik a közösségi gazdaságot. Böckmann (2013) szerint a közösségi gazdaság egy üzleti modell, amely az egyének egymás közötti erőforrás megosztásán alapul, amelyekhez peer-to-peer szolgáltatásokon keresztül jutnak el. Schor (2014) szerint a közösségi gazdaság négyféle tevékenységet takarhat: termékek újra felhasználását, állóeszközök jobb hasznosítását, szolgáltatások cseréjét és a termelőeszközök megosztását. Stephany (2015) is kiemeli, hogy a közösségi gazdaság a kihasználatlan erőforrások hozzáférhetővé tételén alapul. Felländer, et al., (2015) hangsúlyozzák, hogy a közösségi gazdaság gyakorlatias definíciójába beletartozik a kihasználatlan megfogható és megfoghatatlan erőforrások cseréje, ebbe beleértik az információkat is, mind globális, mind lokális szinten.

Mindezen meghatározások alapján a közösségi gazdaságot egy gazdasági, elosztási rendszerként definiáltam: *„amelybe beletartozik minden olyan innovatív üzleti modell, platform és technológia, amely a kihasználatlan megfogható és megfoghatatlan erőforrások bérbeadását, cseréjét, kölcsönzését, ajándékozását szolgálja széleskörű hozzáférés és magas hatékonyság mellett”* (Lengyel, 2017, old.: 123).

A PricewaterhouseCoopers Magyarország 2015-ös kiadványában megkülönböztet a tranzakciókban résztvevő szereplők szerint két fajta üzleti modellt, amit az 1. ábra szemléltet. Elsőként a vevőtől a vevőnek (consumer-to-consumer) típusú megoldásokat említi, amelyekben a sharing economy vállalat csak a platformot biztosítja a partnereknek, akik a cserét egymás között bonyolítják le. Ebbe tartoznak a szállásmegosztó vagy a közösségi finanszírozást biztosító oldalak is. A platform lehet akár egy weblap vagy csak egy mobil applikáció is, amely biztosítja az ajánlatok egymáshoz való eljutását. A legegyszerűbb esetben nem kínál

semmilyen más opciót a látogatóknak, csak közvetít. Azonban léteznek olyanok is, amelyek plusz szolgáltatásokkal, biztosítékokkal, értékelési rendszerekkel próbálják még felhasználóbaráttá, biztonságosabbá tenni a partnereknek a közösségi gazdaságban való aktív részvétel élményét.

Az előző mellett a b2c (üzlettől a vevőnek) modellt említi még a PwC, amelynek kuriózuma, hogy a közvetítő és a szolgáltatás nyújtója egybeolvad. Példaként említi azokat a „hagyományos” vállalatokat, amelyek kezdik kiaknázni a közösségi gazdaságban rejlő további bevételi források lehetőségét, mint az Avis autókölcsönző, ami már elindította autómegosztó alkalmazását, hogy az ügyfelek on-demand alapon bérelhessenek autókat akár rövid távra is (PricewaterhouseCoopers Magyarország, 2015).



1. ábra: A sharing economy modelljei a tranzakciókban résztvevő szereplők szerint

Forrás: PricewaterhouseCoopers Magyarország, (2015) p. 13

Véleményem szerint az effajta megoldások nem nevezhetők kimondottan a sharing economy egyik modelljének, hiszen a rendszer egyik kulcs eleme – mint ahogy a definícióban is láthattuk – a kihasználatlan erőforrások hasznosítása. Tehát az ott felkínált eszközök nem direkt haszonszerzés céljából állnak rendelkezésre, szemben például egy autókölcsönzővel, ami nyilvánvalóan azért rendelkezik autókkal, hogy azt bérbeadja profitért. A hagyományos társaságok ilyen irányú törekvései dicséretre méltók, azonban inkább nevezhetők egyfajta alkalmazkodásnak a kor elvárt technológiai színvonalához és igényeihez, mintsem egy sharing economy megoldásnak.

A közösségi gazdaság elterjedtsége

A sharing economy elterjedtségének mérésére már számos kutatás során tettek kísérletet (Botsman & Rogers, 2010; PricewaterhouseCoopers LLP, 2014; ING Bank, 2015; Balaram, 2016), azonban rendelkezésre álló egységes, globális adatok hiányában ezek eredményeképpen csak durva becsléseket lehet kapni. Főleg regionális, illetve országspecifikus becslések érhetőek el (Goudin, 2016; PricewaterhouseCoopers LLP, 2015; Stokes, et al., 2014; Zobrist & Grampp, 2015).

A PwC becslése szerint 2014-ben 15 milliárd dollár árbevétel érték el a közösségi gazdaságban működő vállalatok, de feltételezésük szerint ez az érték 2025-ig több, mint 22 szere-

sére, 335 milliárd dollárra fog nőni (PricewaterhouseCoopers LLP, 2014; PricewaterhouseCoopers Magyarország, 2015). Yeung (2015) véleménye alapján 2017-re tízből nyolc amerikai fog részt venni a megosztáson alapuló gazdaságban. Ugyan még nem állnak rendelkezésre friss adatok erre vonatkozóan, de feltételezésem szerint, utóbbi becslés túlzónak tűnik. Ehhez képest Balaram (2016) visszafogottabb előrejelzéssel élt, miszerint az USA-ban 80 millió, míg az Egyesült Királyságban 23 millió ember vesz részt a közösségi gazdaságban. Goudin (2016) az Európai Unióra vonatkozó kalkulációjában úgy számol, hogy a kapacitások jobb kihasználásának következtében az éves gazdasági haszon 572 milliárd Euró körüli lehetne, azonban figyelmeztet, hogy ezt az értéket fenntartásokkal kell kezelni.

Az ING Bank 2015-ös felmérése alapján – amelyből Magyarország kimaradt – megállapították, hogy Európában minden harmadik ember hallott a sharing economyról. A PwC 2014-ben végzett felmérésekor 44%-ra esztimálták a közösségi gazdaság ismertségét az amerikaiakra vonatkozóan (PricewaterhouseCoopers LLP, 2015). Ehhez képest, a Nielsen 2014-es globális felmérése alapján az emberek kétharmada (66%) venne igénybe megosztott szolgáltatásokat, és hasonló tömeg (68%) osztaná meg saját tulajdonát is.

Az amerikai népesség 7%-a megosztó a közösségi gazdaságban, akiknek közel fele (48%) a 25-44 korosztályba tartozik (PricewaterhouseCoopers LLP, 2015). Szintén az ING Bank (2015) felméréséből derül ki, hogy a megosztók főleg 35 év alatti magas iskolai végzettségűek. Leginkább az Ázsiai régióban élő emberek hajlandók megosztani tulajdonaikat (78%) és szintén ebben a régióban mutatkozik a legnagyobb igény a mások által kínált megosztások igénybevételére is (81%) (Nielsen, 2014). A Deloitte kutatása alapján Svájcban a megkérdezettek több, mint fele (55%) hajlandó az elkövetkezendő 1 évben részt venni a közösségi gazdaságban fogyasztóként vagy megosztóként (Zobrist & Grampp, 2015).

Kiderült az is, hogy az európaiak a fő motivációs tényezők közé a pénzmegtakarítást és a környezet védelmét sorolták (ING Bank, 2015). Hasonlóan az amerikaiak esetében, ahol 56%-uk azért kedvelik jobban az autómegosztási megoldásokat, mert azoknak jobb az árársuk, emellett 32% százalékuk szerint pedig több választási lehetőség van a piacon (PricewaterhouseCoopers LLP, 2015).

Demailly & Novel (2014) felvázolták, hogy ha a megosztáson alapuló modellek a legkedvezőbben működnek, akkor a háztartások költségvetésében akár 7%-os, míg a kibocsátott szemet mennyiségében 20%-os megtakarítást lehetne elérni. Az amerikai fogyasztók 64%-a szerint a megosztáson alapuló üzleti modellek esetében az állami, önkormányzati szabályozás helyett sokkal fontosabb egymás szabályozása (PricewaterhouseCoopers LLP, 2015).

A korábbi kutatások is alátámasztják, hogy a sharing economy elterjedtsége főként a fejlett gazdaságú régiókban ér el számottevő mértéket, valamint az is kiderül, hogy főként a fiatalabb magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők érdeklődése domináns.

Szolgáltatások csoportosítása

A közösségi gazdaság által kínált különböző megoldásokat a szakirodalom eltérően csoportosítja (PricewaterhouseCoopers LLP, 2015; Owyang, et al., 2014; ING Bank, 2015; Parragh, 2016; Schor, 2014; Böcker & Meelen, 2016; PricewaterhouseCoopers Magyarország, 2015; Felländer, et al., 2015). Természetesen vannak közös kategóriák, amelyek mentén haladnak, de ki-ki részletesebben, illetve kevésbé részletesebben kategorizálja a vállalkozásokat. Jelen vizsgálat során a (1) *mobilitás*, (2) *ingatlan*, (3) *telekommunikáció és multimédia*, (4) *pénzügyi szolgáltatások*, (5) *fogyasztási cikkek és háztartási berendezések* és a (6) *szolgáltatások, munkaerő, egyéb erőforrások* kategóriák által lefedett tevékenységeket vizsgálok.

Az első kategóriába, a *mobilitásba* tartoznak a különböző közlekedéssel kapcsolatos megoldások. Böcker & Meelen (2016) publikációjukban ezt a kategóriát két részre osztották,

a hosszú távú autómegosztásra és a rövid távú utazásmegosztásra. Jelen esetben mind a két eszköz ebbe a kategóriába került besorolásra, a bicikli megosztására irányuló szolgáltatásokkal együtt, mint Magyarországon a MOL Bubi vagy a visszajelzések segítségével működő navigációs rendszer a Waze. Érdekes megemlíteni a Boatbound nevű szolgáltatást, melynek segítségével akár hajókat is lehet bérelni.

Az (2) *ingatlan* kategóriáról az emberek többségének elsöre a turizmushoz kapcsolódó, nyaralási céllal igénybe vett szálláshely-szolgáltatások jutnak eszükbe. A kör azonban itt is több részből áll, hiszen a pénzért és a nem pénzért kínált lakásmegosztásokon kívül a lakáscsere programok vagy például egyéb helyiségek bérlése (mint például iroda, tároló, raktár) is bele tartozhat. Már Borsod-Abaúj-Zemplén megyében is kezdik megvetni a lábukat az effajta szolgáltatások, ugyanis a napokban nyílt meg a Grabovsky, Miskolc első coworking irodája.

A (3) *telekommunikáció és multimédia* csoportba tartoznak az úgynevezett online streaming tartalomszolgáltatók, mint például a Netflix, vagy a Spotify, de ezek a vállalatok főleg B2C konstrukcióban működnek. Szintén ide sorolhatók a telekommunikációs vállalatok által kínált közösségi hálózatmegosztások is, amely segítségével a felhasználók az internethez férhetnek hozzá. (PricewaterhouseCoopers Magyarország, 2015) Bár véleményem szerint ezek inkább nevezhetők a közösségi gazdaság határterületének, hiszen ezek a megoldások nem a kihasználatlan erőforrások hasznosítását célozzák.

A közösségi finanszírozással foglalkozó oldalak és a különböző fintech vállalatok sorolhatók a közösségi gazdaság (4) *pénzügyi* ágazatába. (Parragh, 2016) Az úgynevezett crowdfunding, vagyis közösségi finanszírozás a kockázati tőkebefektetők és a banki hitelek alternatívájaként jelent meg. (Majoros, 2015) Röviden a finanszírozás menete úgy néz ki, hogy például a *Kickstarter* vagy más hasonló oldalon keresztül egy startup vállalkozás, vagy magánszemély meghirdetheti a projektjét, amit meg szeretne valósítani, és erre az oldal látogatói támogatásokat nyújthatnak különféle formában, az oldal pedig jutalékot kap cserébe. A legtöbbször a várható készterméket előrendelik, vagy a támogató nevét feltüntetik a projekt támogatói között. A variációk széles tárháza áll a befektetők elé. Eddig már 11,8 millió ember támogatott Kickstarter projekteket. (Kickstarter, 2016)

Szinte mindenki járt már úgy, hogy szüksége lett volna egy csavarhúzóra vagy fűrőgépre, de nem volt otthon. Ilyen probléma áthidalására és még sok más lehetőség kihasználására nyújt lehetőséget például a Miutcánk.hu is. Minden olyan megoldást, amely a kihasználatlan kisebb, nagyobb, közösen is hasznosítható fogyasztási cikkek (pl.: ruha, könyv, játék, DVD, csavarhúzó stb.) vagy háztartási berendezés (pl.: fűrőgép, fűnyíró, futópad, robotgép stb.) hasznosítását szolgálják, ebbe a kategóriába (5) kerülnek.

Talán a (6) *szolgáltatások, munkaerő és egyéb erőforrások* csoport kínálja a különböző megoldások legváltozatosabb tárházát. Ebbe kerültek besorolásra az ételmegosztási alkalmazásoktól kezdve, a virtuális erőműveken, a takarítási szolgáltatásokon, oktatáson keresztül az úgymond 5 \$-os szívességekig különféle megoldások is.

A vizsgálat módszere és a minta összetétele

A sharing economy magyarországi piacának becslésére az eddigi információk alapján még nem tettek kísérletet. A kérdést a keresleti oldalról közelítettem meg, mégpedig a fogyasztók által elkölteni kívánt pénz mennyisége alapján. Ehhez egy kérdőíves lekérdézet végeztem 2016 októberében 235 fő részvételével. A felmérés a fogyasztók közösségi gazdasággal kapcsolatos ismereteire és véleményére vonatkozó kérdések széles spektrumát foglalta magába. A kalkulációk alapját viszont csak azon válaszadók véleményei nyújtották, akik már korábban igénybe vették vagy a közeljövőben tervezik igénybe venni valamelyik szolgáltatást.

A megfigyelés tárgyát képező egyedeket, tehát a sokaságot Borsod-Abaúj-Zemplén megye lakónépessége alkotta. A válaszadás önkéntes és teljesen anonim volt. A felmérés terve-

zése során a minta reprezentativitásának biztosítása érdekében, több demográfiai és gazdasági ismérvet vettem figyelembe. A homogén csoportok kialakításához a korév, nem, iskolai végzettség, a lakóhely településének típusa ismérvek szerint történtek.

A korév változó ismérvváltozatai széles körben szóródhatnak ezért 4 nagyobb korcsoportba soroltam őket. Az első korcsoportba a 20 éves vagy annál fiatalabbak, a másodikba a 21 és 40 év közöttiek, a harmadikba a 41 és 60 év közötti emberek és a negyedik csoportba pedig a 61 és ettől idősebb korúak kerültek. Az egyes rétegekhez tartozó arányokat a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján számítottam.

A korcsoportok meghatározásakor a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság által megrendelt 2014-es internethasználatra vonatkozó online piacfelmérés volt meghatározó. A felmérés kimutatta, hogy a 19 évnél fiatalabbak közepesen jártasok az internethasználatban és aktív használattal átlagosan 3,1 órát töltenek. Állításuk szerint a tipikus profi internetező huszonéves, de az átlagos és haladó internetfelhasználók átlagéletkora 37, illetve 31 év. Ezért a vizsgálat során a második korcsoportot a 21 és 40 év közöttieknél alakítottam ki. A felmérésben a 40 év fölöttieket az újonc és kezdő jelzőkkel jellemezték az internethasználati jártasságot tekintve és az átlagos használati idő is alacsonyabb az előző csoportokéhoz képest. A felmérés bemutatta, hogy a 60 év feletti korcsoportban kevesen ismerik az internetet, ennek fő okai, hogy nem érdeklődnek a téma iránt, és úgy gondolják, hogy nem tudnák megtanulni a használatát. Ezért a következő korcsoportokba a 41 és 60 év közöttiek és a 61 év és a felettiak kerültek. Szintén a kutatás említi, hogy főleg a férfiak töltenek több időt internethasználattal, ezért is választottam a nemet a másik rétegeképző ismérvnek. (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, 2015)

A korév korcsoportokba rendezése és a többi változóval történő kombinációja után túlságosan sok keresztosztály keletkezett, így a nem és a korcsoport változókra csökkentettem a rétegeképző ismérvek körét, azonban még így is 8 lett a keresztosztályok száma. Az elemezhető mintaméret biztosításához a tervezett 200 fős mintaelemszám figyelembevételével leszűrhető, hogy a minta nem fogja tudni teljesíteni az elvárások alapján a reprezentativitási követelményeket, ezért a korcsoportot választottam elsődleges rétegeképző ismérvnek.

A minta jellemzői egyszerű véletlen mintavétel alkalmazásával kerülnek kiszámításra. A paraméterek akkurátusabb becslése utólagos rétegzés módszerével érhető el, ennek előnye, hogy az adatokból nyerhető becslés pontossága ez által növelhető és az esetleges torzítások pedig kiküszöbölhetőek (Domán, et al., 2009). Esetünkben viszont a realizált mintában a sokasággal megegyező súlyarányok érvényesülnek, azaz a sokaság összetétele közel azonos a minta összetételével, ami a további számítások szempontjából pozitív tulajdonság. Ezek alapján 95%-os megbízhatósági szint melletti konfidencia intervallumok megalkotásával szignifikáns következtetések vonhatók le.

A mintavétel során nagyjából 200 fős mintaelemszám elérése volt a cél, azonban feltételezhető volt, hogy lesznek felelőtlen, komolytalan válaszok is, ezért összesen 235 fő elérésekor zártam le a felmérést. Az egyes válaszokat egyesével áttekintve 33 válaszadó került kizárásra a mintából. A nem értékelhető válaszoktól megtisztított adatbázis létrejötte után a figyelembe vehető minta nagysága 202 fő lett. A minta összetételét az *1. táblázat* szemlélteti.

1. táblázat: Borsod-Abaúj-Zemplén megye lakónépességének és a minta összetétele nem és korcsoport szerint

		Lakónépesség Borsod-Abaúj-Zemplén megyében 2015. január 1-én		Lakónépesség alapján a tervezett minta		Realizált minta		Eltérés	
		N_i (fő)	N_i/N (%)	n_{iterv} (fő)	n_{iterv}/n (%)	n_i (fő)	n_i/n (%)	$n_i - n_{iterv}$ (fő)	n_i / n_{iterv} (%)
Kor-csoport	- 20	155 797	23,34	47	23,34	48	23,76	1	2,13
	21 - 40	178 008	26,66	53	26,66	54	26,73	1	1,89
	41 - 60	184 449	27,63	55	27,63	56	27,72	1	1,82
	61 -	149 340	22,37	45	22,37	44	21,78	-1	-2,22
	Együtt	667 594	100,00	200	100,00	202	100,00	2	1,00
Nem	férfi	318 332	47,68	95	47,68	95	47,03	0	0,00
	nő	349 262	52,32	105	52,32	107	52,97	2	1,90
	Együtt	667 594	100,00	200	100,00	202	100,00	2	1,00

Forrás: saját szerkesztés Központi Statisztikai Hivatal (2016) népesség adatai és az összegyűjtött minta alapján

A minta jellemzése

A mintába került egyedek 47,03%-a férfi, akiknek az átlag életkora 40,36 év 49,23%-os relatív szórással, amit természetesen az ismérvváltozatok széles terjedelme ($R=71$ év) is okoz. A legfiatalabb férfi kitöltő 15 éves, míg a legidősebb 86 éves volt. A férfiak életkorának mediánja 42 év, volt, tehát a válaszadók fele, ettől idősebb, másik fele pedig 42 évnél fiatalabb. A nőknél hasonló a helyzet, szignifikáns különbségek nem mutatkoznak. A mintába került hölgyek átlagéletkora 40,38 év, viszont az ő esetükben a szórás értéke 20,38 év, picivel magasabb a férfiakénál ($s=19,85$). Esetükben a legfiatalabb szintén 15 éves, míg a legidősebb 85 éves volt. Az életkor mediánja 37 év volt a nők esetében.

A válaszadók közel fele (45,5%) azt jelölte meg, hogy a megyeszékhelyen lakik, tehát Miskolcon. További 31,7%-uk egyéb városokban élnek, főleg Onga, Kazincbarcika, Mezőcsát, Nyékládháza településeket adták meg és 22,8%-a pedig egyéb községben él.

Kérdés volt a válaszadók fizetése is, de érzékeny területről lévén szó nem volt kötelező a válaszadás, ennek ellenére 164 értékelhető válasz született. A mintába került emberek átlagos jövedelme 136,55 ezer Forint ($KI = [121,56; 151,55]$), a legnagyobb, 590 E Ft-os havi fizetéssel egy 43 éves miskolci férfi rendelkezik.

Az emberek 38,1%-a egyetemi, vagy főiskolai oklevéllel rendelkezik, további 34,7%-a érettségivel. 29 főnek (14,4%) érettségire épülő szakképesítő bizonyítványa van, 17-nek pedig jelenleg az általános iskola 8. évfolyama a legmagasabb befejezett iskolai végzettsége.

A foglalkozási viszonyt tekintve elmondható, hogy az emberek több, mint harmada (34,7%) alkalmazott, de pontosan ugyanilyen részarányt képviselnek a tanulók, hallgatók is a mintában. Nyugdíjasnak a válaszadók 22,8%-a jelölte magát, továbbá 5%-a (10 fő) adta meg azt, hogy önálló, egyéni vállalkozóként tevékenykedik, 2 fő pedig saját társasvállalkozásban dolgozik. A további válaszadók munkanélkülinek, alkalmi munkavállalónak vagy jogi állományban lévőknek jelölték magukat, számuk elenyésző.

A felmérésből kiderült, hogy a közösségi gazdaság fogalmát a válaszadóknak csupán 34,7%-a ismeri, akik főként a 41 – 60 éves korcsoportból kerültek ki és legtöbbjüknek felsőfokú végzettsége van. A férfiak és nők közel azonos arányban vannak vagy éppen nincsenek tisztában a fogalommal.

Viszont, arra a kérdésre, hogy találkozott-e már olyan megoldással vagy szolgáltatással, amely során a felhasználók egymás között osztanak meg különböző erőforrásokat az előzővel

ellentétes tendenciát mutató visszajelzések érkeztek, hiszen több, mint háromnegyedük (82,67%) jelezte, hogy már találkozott ilyen megoldással. Az iskolai végzettség, korcsoport és nem változókkal kombinálva az a következtetés vonható le az adatok alapján, hogy leginkább a felsőfokú végzettséggel rendelkező 21 és 60 év közötti nők azok, akik már találkoztak ilyen megoldásokkal.

A két kérdésnél kapott ellentétes eredmények arra engednek következtetni, hogy a közösségi gazdaság, mint fogalom használata még nem elterjedt, de egy-egy példa vagy vállalat említése után már be tudják azonosítani a témakört, ez indokolja egy jól alkalmazható, megfelelő definíció megalkotását.

A közösségi gazdaság potenciális méretének becslése

Több szerző is próbálta már megbecsülni a sharing economy méretét, de a rendelkezésre álló információk szerint Magyarország vonatkozásában még nem készül erre vonatkozó becslés. (Goudin, 2016; PricewaterhouseCoopers Magyarország, 2015; PricewaterhouseCoopers LLP, 2014)

Mivel a kérdőívben a válaszadóknak meg kellett adniuk, hogy az egyes ágazatokban mennyi pénzt költenek el, illetve mennyit lennének hajlandók elkölteni egy-egy alkalommal, így rendelkezésre állnak információk a becsléshez. Természetesen az éves érték becslésénél nem mindegy, hogy a megadott összeget milyen gyakran hajlandó a fogyasztó elkölteni, ezért az összegekkel párban a tényleges vagy tervezett igénybevétel gyakoriságát is meg kellett adniuk. Az adatok éves szintre hozása által durva becslés adható a potenciálisan elkölteni kívánt pénz mennyiségéről az adott ágazatban. Ennek meghatározása az igénybevételi hajlandósággal, mint súllyal korrigálva az alábbi képlet szerint történt.

$$\hat{C}_i = \sum_{i=1}^n rw_i * C_i * t_i$$

Ahol, rw_i az i -edik ágazat megoldásainak relatív igénybevételi hajlandóságát jelző súly, C_i az i -edik ágazatnál megadott kiadás összege és t_i az i -edik ágazat igénybevételének gyakorisága alapján létrehozott szorzószám. Ezek szorzataként \hat{C}_i az i -edik ágazatban becsült évente elkölteni kívánt pénz fajlagos mennyisége korrigálva az igénybevételi hajlandósággal.

$$\hat{C} = \sum_{i=1}^n \hat{C}_i$$

A telekommunikáció és multimédia esetében az igénybevételi gyakoriság alapján képzett szorzószám korrigálásra szorult, ugyanis irreálisan nagy számértékeket eredményezett, mivel sokan a napi szintű használatot jelölték be, azonban a díjat érte általában havonta kell fizetni, így a napi vagy heti szintű felhasználók megadott kiadásai is havi rendszerességüként kerültek figyelembevételre. Az eredményként kapott értékeket újabb revízió alá kellett vetni, mégpedig meg kellett vizsgálni a kiugró értékeket, ugyanis ezek rendkívül káros torzító hatással lehetnek a kapott végeredményre. Az alap szűrésen túl, a közösségi gazdaság méretének becsléséhez további 23 ember véleményétől kellett megszabadulni. Így 125 ember véleménye tükröződik a megadott összegekben. Az alábbi táblázat tartalmazza ágazatonként a becsült fajlagos összegeket.

2. táblázat: A közösségi gazdaságban potenciálisan elkölteni kívánt pénz mennyisége évente Borsod-Abaúj-Zemplén megyében

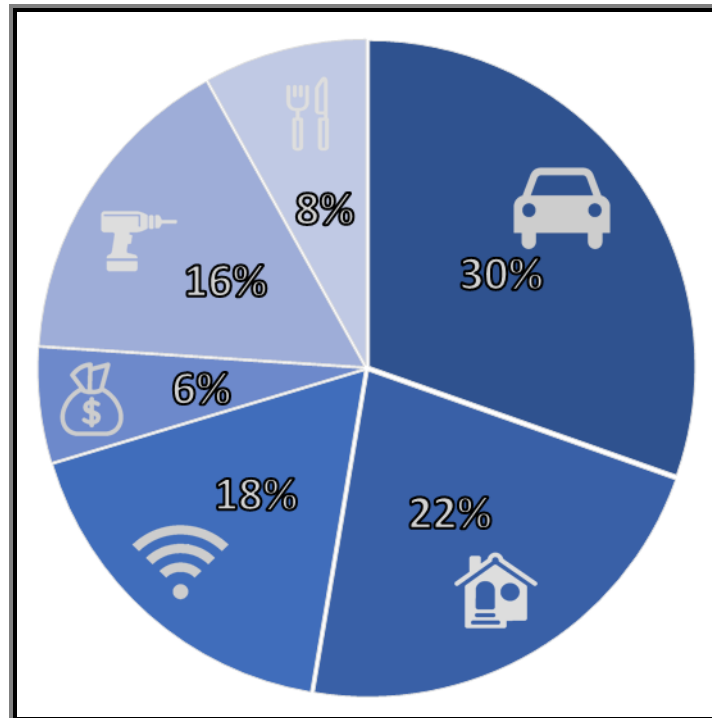
Ágazat	Fajlagosan (E Ft/fő)			Összesen (M Ft)		
	Pont-becslés	Konfidencia intervallum		Érték-összeg	Konfidencia intervallum	
		alsó határa	felső határa		alsó határa	felső határa
Mobilitás	23,44	17,98	28,90	7 747,26	5 942,37	9 552,16
Ingatlan	27,65	21,12	34,18	5 665,71	4 328,29	7 003,13
Telekommunikáció és multimédia	15,32	11,68	18,97	4 507,37	3 436,02	5 578,72
Pénzügyi szolgáltatások	12,16	8,36	15,97	1 447,24	994,58	1 899,89
Fogyasztási cikkek, háztartási berendezések	20,78	15,63	25,94	4 052,52	3 047,76	5 057,29
Szolgáltatások, munkaerő, egyéb erőforrások	12,42	8,28	16,55	2 051,83	1 368,44	2 735,22
Összesen	111,78	95,51	128,05	25 471,93	21 764,57	29 179,29

Forrás: saját szerkesztés

Az adatokból látszik, hogy a legtöbb pénzt a közösségi gazdaság ingatlan ágazatában lennének hajlandók elkölteni az emberek, azonban figyelembe kell venni, hogy ennek becslése eredményezte a legszélesebb konfidencia intervallumot, ami természetesen adódik a szolgáltatás jellegéből is, hiszen különbségek lehetnek a külföldön és az itthon bérelt lakások árai között. Érdekes megfigyelni, hogy a fűrógépek, vagy fűnyíró kölcsönadásával illusztrált kis-kereskedelmi termékekre évente több, mint 20 ezer Ft-ot hajlandóak költeni, azonban például a takarításra vagy étel megosztáson keresztül felajánlott vacsorára csupán 12,42 ezer Ft-ot, azaz havonta nagyságrendileg ezer Forintot.

A fajlagos adatok mellett tájékozódási szempontból érdekesebbek lehetnek a volumen adatok. Ezek kiszámítása az egy egységre jutó adatokból indult ki, amik multiplikálva lettek a potenciális résztvevők számával. A lehetséges résztvevők köre pedig Borsod-Abaúj-Zemplén megye lakónépességnek pontosan akkora része, mint a válaszadóknak az adott ágazat igénybevételi hajlandóságát 8, 9 vagy 10-es pontszámmal értékelők aránya, mivel ezek az emberek valószínűleg biztosabban igénybe veszik a szolgáltatást. Tehát például a mobilitási iparágban pontosan 100 válaszadó jelezte a kritériumoknak megfelelő magas pontszámmal a szolgáltatás igénybevételi hajlandóságát, így a teljes eredeti 202 fős mintában ez 49,51%-os részarányt jelent. Ennek megfelelően Borsod-Abaúj-Zemplén megye lakónépességének (667 594 fő) is ekkora része lesz feltételezhetően az iparágban realizálható vásárló tömeg.

A válaszadók véleményét figyelembe véve, a becslés alapján Borsod-Abaúj-Zemplén megyében a közösségi gazdaság legnagyobb iparágaként a mobilitási azonosítható 7 747,26 millió forintos potenciális kereslettel. Ez azt jelenti, hogy a különböző utazásmegosztási platformokat kihasználva vélhetően ekkora összeget lennének hajlandók elkölteni az emberek a közösségi gazdaságban. A második legnagyobb az ingatlan szektor 5,67 milliárd Forintos mérettel. Ez az érték nem azt mutatja, hogy a teljes összeget Borsod megyében szeretnék elkölteni, hanem hogy ezek az emberek mennyit lennének hajlandók elkölteni akár Magyarországon, akár külföldön. Hiszen például az Airbnb-n keresztül főleg külföldi szálláshelyeket lehet foglalni.



2. ábra: A közösségi gazdaságban potenciálisan évente elkölteni kívánt pénz mennyiségének megoszlása a Borsod-Abaúj-Zemplén megyében lakók körében

Forrás: saját szerkesztés

Összességében tehát, közel 25,47 milliárd Forintra tehető a közösségi gazdaság lehetséges mérete Borsod-Abaúj-Zemplén megyében.

Következtetések

Az imént megadott 25,47 milliárd Ft-os érték a megye 2014-es GDP-jének 1,80%-át jelenti. Összehasonlítva Goudin (2016) EU28-ra vonatkozó becslésével, az a 2014-ben elért GDP 4,09%-át teszi ki, míg a PwC 2014-es kalkulációjában a 15 milliárd dollárra értékelt sharing economy a 2015-ös amerikai GDP 0,84%-ának mondható. Tehát ezek alapján megállapítható, hogy Magyarországon még nem igazán elterjedt a megosztáson alapuló szolgáltatások használata, de arányait nézve nincs igazán sokkal lemaradva a közösségi gazdaság fejlett országaihoz képest. Ebből is látható, hogy a rendszerben van potenciál és érdemes figyelmet fordítani rá. A lehetőséget felismerte az Európai Parlament is, hiszen számos intézkedést terveznek a közeljövőben bevezetni a digitális piacok támogatására. Belegondolva, hogy ez országos szinten mekkora összeg lehet, belátható, hogy makrogazdasági szempontból is olyan tételt jelent, ami növekedési, bővülési lehetőséget kínál. Úgy vélem, hogy a dolgozatban szereplő eredmények ebből a szempontból is hasznos kiindulási alappal lehetnek további vizsgálatoknak, hiszen látható, hogy ezeken a még kevésbé szabályozott és kutatott, de növekvő területeken is nagy mennyiségű értékáramlás megy keresztül. A fizetési folyamatok gyakran elektronikus megoldások révén valósulnak meg, ami a pénzforgalom összetételére és az embereknek azokhoz való hozzáállásának változását vonhatja maga után. Későbbi kutatásaim során szeretnék más megközelítésből is további becsléseket készíteni a közösségi gazdaság méretére vonatkozóan.

Irodalomjegyzék

- Balaram, B. (2016): *Fair Share*. London: RSA. (letöltve: 2016.10.10.)
<https://www.thersa.org/globalassets/pdfs/reports/rsa-fair-share.pdf>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67.(8.), 1595-1600. DOI: [10.1016/j.jbusres.2013.10.001](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001)
- Botsman, R. (2010): *The case for collaborative consumption*. Sydney. (letöltve: 2016.10.02.)
http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption?utm_source=tedcomshare&utm_medium=referral&utm_campaign=tedsread
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010): *What's Mine Is Yours: The Rise Of Collaborative Consumption*. USA: Harper Business.
- Böcker, L., – Meelen, T. (2016): Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. DOI: [10.1016/j.eist.2016.09.004](https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004)
- Böckmann, M. (2013): *The Shared Economy: It is time to start caring about sharing; value creating factors in the shared economy*. Enschede, The Netherlands: 1st IBA Bachelor Thesis Conference, June 27th, 2013. Forrás: <http://thelovettcenter.com/wp-content/uploads/2014/11/bockmann-shared-economy.pdf>
- Demaiily, D. – Novel, A. S. (2014): The sharing economy: make it sustainable. In *Studies N°03/14* (03/14. kötet, old.: 30). Paris, France: IDDRI. (letöltve: 2016.10.16.)
http://www.iddri.org/Evenements/Interventions/ST0314_DD%20ASN_sharing%20economy.pdf
- Domán, C. – Szilágyi, R. – Varga, B. (2009): *Statistikai elemzések alapjai II*. Miskolc: Közgazdasági-módszertani képzés fejlesztéséért Alapítvány.
- Felländer, A. – Ingram, C. – Teigland, R. (2015): *The Sharing Economy Embracing ChAnge with Caution*. (letöltve: 2016.09.19.)
http://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2015/06/Sharing-Economy_webb.pdf
- Goudin, P. (2016): *The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy*. (letöltve: 2016.06.19.)
https://polcms.secure.europarl.europa.eu/cmsdata/upload/b936f030-3c7b-44a2-a016-ba083df23930/study_Sharing_economy.pdf
- ING Bank (2015): *What's mine is yours – for a price. Rapid growth tipped for the sharing economy*. Amsterdam: ING. (letöltve: 2016.10.23.)
<https://www.ing.com/web/file?uuid=4af2bba8-262e-474f-b8f2-9b3235731f78&owner=b03bc017-e0db-4b5d-abbf-003b12934429&contentid=34649>
- Kickstarter (2016): *Start a project*. (letöltve: 2016.10.24.) <https://www.kickstarter.com/learn?ref=nav>
- Központi Statisztikai Hivatal. (2016): *Tájékoztatósi adatbázis: A továbbszámított népesség száma megyék és a település jogállása szerint*. (letöltve: 2016.10.12.)
<http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp>
- Lengyel, L. (2017): Együtt vagy külön? – A közösségi gazdaság elterjedtsége Borsod-Abaúj-Zemplén megyében. In: T. Kékesi – G. Vadászné Bognár – Z. Dabasi-Halász (szerk.): *Diáktudomány: A Miskolci Egyetem Tudományos Diákköri munkáiból* (old.: 122). Miskolc-Egyetemváros: Miskolci Egyetem.
- Majoros, K. T. (2015): KÖZÖSSÉGI FINANSZÍROZÁS vagy ÖTLET TRANSZFORMÁLÁS. In K. Lipták (Szerk.), „*Mérleg és Kihívások*”. IX. NEMZETKÖZI TUDOMÁNYOS KONFERENCIA Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar KONFERENCIA KIADVÁNYA A Gazdaságtudományi Kar megalapításának 25. évfordulója alkalmából (old.: 648-654). Miskolc: Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar. (letöltve: 2016.09.19.)
<https://hu.scribd.com/doc/288587884/Proceedings-of-Balance-and-Challenges-9TH-INTERNATIONAL-SCIENTIFIC-CONFERENCE-University-of-Miskolc-Hungary-2015>
- Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (2015): *Lakossági internethasználat: Online piacfelmérés 2014*. (letöltve: 2016.10.27.)
http://nmhh.hu/dokumentum/166308/internet_2014_webre.pdf
- Nielsen (2014): *Is the Sharing the New Buying*. New York: Nielsen N.V. (letöltve: 2016.09.25.)
<http://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/apac/docs/reports/2014/Nielsen-Global-Share-Community-Report.pdf>

- Owyang, J. – Samuel, A. – Greenville, A. (2014): *Sharing is the New Buying*. (letöltve: 2016.09.19.)
<https://www.visioncritical.com/sites/default/files/pdf/sharing-new-buying-collaborative-economy-report.pdf>
- Parragh, B. (2016): *Sharing economy, mint a versenyképesség új dimenziója*. Kecskemét. (letöltve: 2016.09.19.) http://www.mkt.hu/wp-content/uploads/2016/09/Parragh_Bianka.pdf
- PricewaterhouseCoopers LLP. (2014): *The Sharing Economy: Sizing the Revenue Opportunity*. (letöltve: 2016.10.10.)
<http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economy-sizing-the-revenue-opportunity.html>
- PricewaterhouseCoopers LLP. (2015): *Consumer Intelligence Series: The sharing economy*. (letöltve: 2016.06.17.) <http://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf>
- PricewaterhouseCoopers Magyarország (2015): *Osztoznak vagy fosztoznak? A sharing economy térnyerése*. (letöltve: 2016.09.19.)
http://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/sharing_economy.pdf
- Schor, J. (2014): *Debating the Sharing Economy*. (letöltve: 2016.09.19.)
http://www.greattransition.org/images/GTI_publications/Schor_Debating_the_Sharing_Economy.pdf
- Stephany, A. (2015): *The Business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy*. New York: Palgrave Macmillan. (letöltve: 2016.09.26.)
https://books.google.hu/books?id=4rK_BwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=The%20Business%20of%20Sharing%3A%20Making%20It%20in%20the%20New%20Sharing%20Economy&hl=hu&pg=PR6#v=onepage&q=The%20Business%20of%20Sharing:%20Making%20It%20in%20the%20New%20Sharing%20Economy&f=fa
- Stokes, K. – Clarence, E. – Anderson, L. – Rinne, A. (2014): *Making Sense of the UK Collaborative Economy*. London: Nesta. (letöltve: 2016.10.19.)
https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf
- Teubner, T. – Saade, N. – Hawlitschek, F. – Weinhardt, C. (2016): It's only pixels, badges, and stars: On the economic value of reputation on Airbnb. Wollongong: Australasian Conference on Information Systems (ACIS). (letöltve: 2016.11.04.)
https://www.researchgate.net/publication/309204371_It%27s_only_pixels_badges_and_stars_On_the_economic_value_of_reputation_on_Airbnb
- Walsh, B. (2011): *10 Ideas That Will Change the World*. (letöltve: 2016.09.25.)
http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html
- Zobrist, L. – Grampp, M. (2015): *The Sharing Economy: Share and Make Money How does Switzerland compare?* Zurich: Deloitte AG. (letöltve: 2016.10.23.)
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/consumer-business/ch-cb-shared-economy-share-and-make-money.pdf>