

SIMONOVITS BORI – SURÁNYI RÁCHEL – CSAJBÓK-VERES KRISZTINA<sup>1</sup>

HELYZETKÉP A MAGYARORSZÁGI KÖZÖSSÉGI GAZDASÁG KULCSSZEREPLŐIRŐL<sup>2</sup>

A KORONAVÍRUS VÁLSÁG „VESZTESEI” ÉS „NYERTESEI” EGY SPECIÁLIS MUNKAERŐPIACI SZEGMENSBEN

<https://doi.org/10.18030/socio.hu.2021.1.31>

### Absztrakt

A közösségi vagy más néven megosztáson alapuló gazdaság körébe sorolható szervezetek világszerte és Magyarországon is egyre nagyobb teret nyernek. Hiánypótló kutatásunkban a közösségi gazdaság és fogyasztás különböző platformjait vizsgáljuk azzal a céllal, hogy feltárjuk ezen platformok magyarországi működési módjait, főbb szektorális jellegzetességeit. Kiemelten vizsgáltuk továbbá a koronavírus-válság (COVID-19) hatását ebben a sok szempontból speciális piaci szegmensben. Mivel feltételezéseink szerint a koronavírus-válság jelentős mértékben és eltérően hatott az európai és így a magyarországi közösségi gazdaság „kulcsszereplőire”, a 2019-ben készült 15 szakértői interjút kiegészítettük 12 utánkövetéses interjúval 2020 tavaszán.

Kvalitatív kutatásunk rámutatott, hogy a 2020 márciusi határlezárásokat és egyéb korlátozások követően hirtelen kialakult keresleti sokk nagyon súlyosan érintette az utazási és szállásadási szektort. A megosztáson alapuló közlekedés tekintetében összetettebb a kép: míg a közbringa iránti kereslet fellendült, addig a piaci alapú roller- és autó- és utazásmegosztók népszerűsége csökkent. Ugyanakkor a vírusválság hatására a társadalmi szolidaritás szerepe megnőtt, ezzel növelve a különböző segítségnyújtásra épülő platformok aktivitását (pl. Miutcánk) illetve ételmegosztásra illetve házhozszállításra épülő szervezetek (pl. Nekedterem) forgalma is nőtt a vizsgált időszakban. A szomszédsági platformok esetében árnyaltabb a kép: míg az elsősorban online felületen működő és csak egy-egy személy találkozását igénylő platformok (pl. Miutcánk) megnövekedett felhasználói aktivitást és más szervezetekkel való együttműködést tapasztaltak, addig a kisebb közösséget érintő, de több embert mozgósító szerveződések (pl. Garázsvásár) fel kellett, hogy függeszték a tevékenységüket. A munka- és irodamegosztásra épülő közösségek a 2020 tavaszi karantén időszakban részben vagy teljesen be kellett, hogy zárjanak, illetve új, online módon is megvalósítható stratégiák kidolgozására kényszerültek (pl. ClickforWork).

**Kulcsszavak:** közösségi gazdaság, megosztáson alapuló gazdaság, COVID19 válság, kvalitatív kutatás

1 Simonovits Bori egyetemi adjunktus, ELTE Pedagógiai és Pszichológiai Kar Interkulturális Pszichológiai és Pedagógiai Intézet.

Surányi Ráchel Alumna (PhD, ELTE Társadalomtudományi Kar) és kommunikációs szakember (Mobilissimus). Csajbók-Veres Krisztina Alumna, ELTE Pedagógiai és Pszichológiai Kar, Interkulturális Pszichológiai és Pedagógiai Intézet.

2 A kutatás megvalósulását az NKFIH FK 12798 számú projektje támogatta, a kutatási projekt címe: Diszkrimináció és bizalom a közösségi gazdaságban.

## MAPPING THE KEY STAKEHOLDERS OF THE SHARING ECONOMY IN HUNGARY

### “WINNERS” AND “LOSERS” OF THE COVID19 CRISIS IN A SPECIFIC SEGMENT OF THE LABOUR MARKET

#### Abstract

Following global trends, the sharing economy has started to play an increasingly important role in Hungary. In our qualitative research we examined various platforms within the sharing economy in Hungary to explore their organizational modes and their working mechanisms. The impact of the pandemic (COVID19) received special attention in our study. Since we hypothesized that this crisis affected the European and therefore Hungarian key actors of the sharing economy to a varying degree, we conducted another 12 follow-up interviews in 2020 in addition to the 15 expert interviews which took place in 2019. Our qualitative research showed that following the border closure and other restrictions in 2020, tourism (including travelling and accommodation) was affected tremendously. Regarding shared transport, the picture is more complicated: while the demand for bike sharing boomed, the popularity of car sharing and scooters decreased in the examined period. However, the role of social solidarity grew, which helped the activity of some assistance-based platforms grow and the food sharing organizations with home delivery services also gained profit during the lockdown period of the first wave of the COVID19 crisis. Communities based on co-working had to close partially or completely; some looked for new opportunities/strategies which could work in the digital world.

**Keywords:** sharing economy, collaborative economy, COVID19 crisis, qualitative study

## HELYZETKÉP A MAGYARORSZÁGI KÖZÖSSÉGI GAZDASÁG KULCSSZEREPLŐIRŐL

---

### A KORONAVÍRUS VÁLSÁG „VESZTESEI” ÉS „NYERTESEI” EGY SPECIÁLIS MUNKAERŐPIACI SZEGMENSZEN

#### BEVEZETÉS

Kutatásunk eredeti célja a világszerte egyre népszerűbb megosztáson alapuló vagy más néven közösségi gazdaság (angolul sharing economy) magyarországi elterjedtségének, megjelenési formáinak és főbb hazai jellegzetességeinek vizsgálata volt. Annak, hogy egy feltérképező jellegű kutatást terveztünk, az volt az oka, hogy a kutatás indulásakor, 2019-ben Magyarországon relatíve kevés tudományos igényű írás (Buda et al. 2019, Dudás–Boros 2019, Dén-Nagy–Király 2014, Smith et al. 2018, Soltész–Zilahy 2019, Simonovits et al. 2018) jelent meg a témában.

A fogalmi tisztánlátás hiányát talán az illusztrálja legjobban, hogy a Magyarországon működő megosztáson alapuló gazdasági szervezeteket tömörítő szövetségnek sincs magyar neve (ld. Sharing Economy Szövetség<sup>3</sup>), illetve hogy a magyar nyelven megjelent publikációk és írások is gyakran ötvözik a magyar és angol nyelvű kifejezések használatát (pl. Dudás–Boros 2019, Görög 2017, Soltész–Zilahy 2019, Szűts–Yoo 2020)

A téma magyarországi relevanciája megkérdőjelezhetetlen, akár a fővárosban (és egyéb nagyvárosokban) gomba módra szaporodó Airbnb bérleményekre, akár a 2016 júliusában betiltott – nemzetközileg témérdek vitás jogi ügyet kiváltó – Uber esetére gondolunk, melynek Budapesten 2016 nyarára 1200 sofőrje és 160 000 utasa volt (Index, 2016). Az alapvetően profitorientált logika szerint működő platformoktól (pl. Uber, Airbnb, Nekedterem) eltérően, számos nem profitorientált alapon működő megosztáson alapuló szervezet is sikeresen működik Magyarországon (pl. Miutcánk, Budapest Bike Maffia, Couchsurfing).

Cikkünk célja tehát egyrészt kísérletet tenni annak vizsgálatára, hogy az új gazdasági modellként értelmezhető közösségi gazdaságnak melyek a főbb típusai és kulcsszereplői Magyarországon – a terület jellegéből adódóan budapesti fókusszal. Másrészt, mivel az empirikus kutatás 2019-2020 folyamán zajlott, elkerülhetlenné vált a koronavírus-válság (COVID-19) hatásának vizsgálata e sok szempontból speciális piaci szegmensben. Feltételezéseink szerint, a koronavírus-válság jelentős mértékben és eltérően hatott az európai és így a magyarországi közösségi gazdaság “kulcsszereplőire”, a 2019-ben készült 15 szakértői interjút kiegészítettük 12 utánkövetéses interjúval (2020 tavasz), abból a célból, hogy választ kapjunk a következő aktuális kérdésekre is:

- Mely területek profitáltak, és melyek épültek le a 2020-as válság hatására?
- Milyen túlélési stratégiái vannak a szereplőknek?

Gazdasági szempontból a 2020-as koronavírus-válság (továbbiakban vírusválság) egyértelműen a 2008-2009-es gazdasági világválsághoz hasonlítható, mivel súlyosan és az egész világot érintő munkaerő-piaci és gazdasági recesszióról van szó (Roubini 2020). A modern társadalmak precedens nélküli jelenséggel kerültek szem-

---

<sup>3</sup> Infovilág (2017): Nyomul a közösségi gazdaság – megalakult a magyar Sharing Economy Szövetség. <https://infovilag.hu/nyomul-a-kozossegi-gazdasag-megalakult-a-magyar-sharing-economy-szovetseg/>

be 2020 tavaszán, melyek során egyik napról a másikra zártak le határokat, zártak be ideiglenesen alapvető társadalmi intézményeket és korlátozták a polgárok kijárását – Magyarországon 2020. március közepétől május közepéig, más, a járvány első hulláma által súlyosabban sújtott európai országokban, például Olaszországban még hosszabb ideig és még szigorúbb intézkedéseket vezettek be. Jelen kutatási témánk szempontjából a legfontosabb társadalmi folyamatok, a válság első hullámának hatására bekövetkezett változások a következő “címszavakban” foglalhatók össze (Kovács–Takács 2020 alapján): a munkaerőpiac szerkezeti átalakulása; a munkavégzés feltételeinek újraszabályozása; a térhasználat és a közlekedési formák (kikényszerített és önként választott) változásai, a társas kapcsolatok iránti igény felerősödése, új szolidaritási mozgalmak megjelenése és felerősödése –mindez egy erőteljesen digitalizálódó társadalmi térben.

A megosztáson alapuló szolgáltatásoknak a fenntarthatóság szempontjából is fontos a szerepük. Míg az olcsóbb megoldások (ahogy sok platformnál ez az egyik fő előny) a fenntarthatóság gazdasági aspektusát emelik ki, a közlekedésnél a környezeti dimenzió is jelentős, hiszen hosszú távon a közlekedési dugók és a légszennyezettség csökkenésében bízhatunk (Cohen–Kietzman 2014). A probléma inkább ezen közlekedési szolgáltatások gazdasági modelljével van, mely még bizonytalan lábakon áll (Cohen–Kietzman 2014), továbbá nem mindegyik közlekedési módról mondható el, hogy bizonyítottan kedvezően hat (majd) a környezetünkre; a kerékpár esetében például további, a kerékpározást támogató intézkedések is szükségesek a siker eléréséhez (Ricci 2015). A megosztáson alapuló gazdaság a fenntarthatóság további két fontos aspektusára is kihat: a társadalmi és a technológiai aspektusokra. Míg a fenntartható társadalom egy egészséges, élhető közösséget jelent, melyben a társadalmi egyenlőség, integráció és felelősség egyaránt fontos szerepet játszanak; a fenntartható technológiai fejlődés pedig úgy lehetséges, ha a munkaszervezésben tekintettel vagyunk a Föld– ökoszisztémájára és a későbbi generációk kilátásaira (Daunoriené et al. 2015).

Végül, bár nem tartozik szorosan a kutatásunk fókuszához, e növekvő piaci szektor gazdasági hatását is fontos megemlíteni. A Pricewaterhouse Coopers (PWC) 2015-ös becslése szerint az öt legelterjedtebb megosztáson alapuló szolgáltatási szektorba (közösségi finanszírozás és P2P hitelezés, online távmunka, P2P lakásmegosztás, autómegosztás, online zene- és videó streamelés) tartozó cégek 2013-ban 15 milliárd amerikai dollárt termeltek világszinten, amely a becslések szerint 2025-ben elérheti a 335 milliárd (!) dollárt. Ugyanakkor a PWC riport szerzői (Osztrovics et. al. 2015) megállapítják, hogy a megosztáson alapuló szolgáltatásokat nyújtó cégek gazdasági életképessége közép- és hosszú távon meglehetősen sérülékeny a tőke intenzív vállalkozásokhoz képest. Fontos továbbá, hogy ezek a szolgáltatások szorosan kapcsolódnak a stratégiaileg domináns főáramú piaci gazdasághoz (pl. az új felhasználók elérése és megszerzése, a már meglévő felhasználók hűségének növelése és az új bevételi csatornák létrehozása). A gazdasági mozgatórugókról és hatásról részletesebben lásd még Dudás és Boros 2019-es írását.

A tanulmány felépítése a következő: a rövid bevezető után a kutatásunk koncepcionális keretét mutatjuk be, majd a korábbi empirikus kutatásokat tekintjük át. A módszertani összefoglaló után rátérünk az eredmények szektorok szerinti bemutatására, végül összegezzük eredményeinket.

## KONCEPCIONÁLIS KERET

A sharing economy (magyarul leggyakrabban közösségi vagy megosztáson alapuló gazdaság) fogalmára a nemzetközi és hazai szakirodalomban is leginkább egy ernyőfogalomként (*umbrella term*) tekint (Hama-ri–Sjöklint–Ukkonen 2016, Kalóz 2015, Sundararajan 2016), melyhez számos elnevezést illetve rokonfogalmat társítanak (pl. gig economy, on demand economy, collaborative consumption, crowd-based capitalism). Jelen cikkben a megosztáson alapuló, illetve a közösségi gazdaság kifejezést szinonímaként használjuk, a téma terminológiai kérdéseiről részletesebben lásd Dudás és Boros 2019-es írását.

Sundararajan *The Sharing Economy* című könyvében (2016: 27) kortárs elméletalkotók definíciós törekvéseiből indul ki – elsősorban Botsman és Rogers (2014, 2015), illetve Gansky 2012-es munkáira támaszkodva. A közösségi gazdaság működésével kapcsolatban, a szerző az alábbi öt jellemzőt emeli ki:

1. Nagymértékben piaci logikára épülő szolgáltatások, amelyek olyan piacokat hoznak létre, melyben árucseré illetve új szolgáltatások érhetők el;
2. Olyan új lehetőségeket teremt, amelyek a hagyományos szolgáltatásoknál hatékonyabban működnek, ezért jobban kihasználható a résztvevők pénze, ideje és képességei;
3. A centralizált illetve hierarchikus intézményi struktúrákkal szemben „tömegekre/sokaságra” épülő hálózatokat (*crowd-based networks*) hoznak létre;
4. A platformok működését a személyes és az üzleti viszonyok között elmosódó határok (*blurring lines*) jellemzik, azaz a kínálati oldalon megjelenő szolgáltatások sokszor személyes tulajdonú tárgyak felajánlásán alapulnak (pl. saját bicikli vagy pénz kölcsönadása).
5. Ezek az elmosódó határok munkaerő-piaci szempontból is jelentősek, mivel a hagyományos piaci modellel szemben az alkalmi munkaviszony dominál a platformokon, és nem egyértelmű, hogy a dolgozók függetlenek a platformtól vagy függő helyzetűek (pl. Uber sofőrök esete); továbbá nem válik szét egyértelműen a munka- és a szabadidő, sem a vállalkozói és munkavállalói lét.

A platformgazdasággal foglalkozó munkaügyi szakértő<sup>4</sup> megfogalmazásában a platformgazdaság két kritériuma az alábbiakban ragadható meg: (1) létezik egy profitorientált, digitális, algoritmuson alapuló platform és (2) a szolgáltatást nyújtó (kis)vállalkozók vagy dolgozók, illetve fogyasztók ezen a platformon keresztül csatlakoznak egymáshoz. Munkánk során ezen kritériumnak megfelelő platformok vizsgálatát kiegészítettük a nem profitorientált, szolidaritásra épülő szervezetek vizsgálatával.

Az együttműködő fogyasztás (*collaborative consumption*) kifejezés a Botsman és Rogers által 2011-ben publikált tanulmányát követően vált népszerűvé, és fokozatosan egyre nagyobb teret nyert a szakirodalomban. E megközelítés lényege, hogy a fogyasztó nem csak egy termékhez vagy szolgáltatáshoz jut hozzá a platformon keresztül, hanem másoknak is nyújtja azokat. Ezeket a „közös tevékenységeket” (Felson–Speath 1978: 614) úgy értelmezhetjük, mint amelyek a piaci áruforgalom és a nem piaci csere között zajlanak (Belk 2013: 3).

Sundararajan és Meszmann meghatározásánál tehát jelen kutatás koncepcionális keretének kialakítása-  
kor egy tágabb definíciót használtunk (mely közelebb áll a Botsman és Rogers féle megközelítéshez), melynek megfelelően a non-profit, szolidaritásra épülő platformokat is vizsgáltuk (pl. Miutcánk). Véleményünk szerint ugyanis ezen csoportok és közösségek is megkerülhetetlen szereplői a magyarországi közösségi gazdaságnak.

<sup>4</sup> Meszmann T. Tibor, szakértői interjú, 2019.

Kutatásunk elméleti keretét továbbá az elmúlt években megjelent írások adták, melyeket részletesen korábbi munkánkban Simonovits és Cionca (2019) ismertettünk, az alábbiakban csak a legfontosabb egymással szembenálló diskurzusokat emeljük ki, abból a célból, hogy jobban érthetővé váljon az a kontextus, melyben a kutatás zajlik.

Mivel a különféle megosztásra épülő gazdasági platformok világszerte gyorsan növekednek, az erre épülő modellek meglehetősen hektikusan fejlődnek (EPRS 2017). A köz- és magánszektor közötti határok elmosódása, valamint az információs aszimmetria sokféle dilemmát, kérdést vetnek fel. A szabályozási problémák mellett, etikai dilemmák és eltérő kockázatok is felmerülhetnek Cohen és Sundararajan (2017) szerint. Felhasználói kockázatra példa, hogy kevésbé gondos szolgáltatást veszünk igénybe (például nem elég óvatos telekocsi sofőr), vagy, hogy a szolgáltató az elvártnál alacsonyabb szintű szolgáltatást nyújt (pl. piszkos autóülések).

Míg egyes szerzők inkább optimistán gondolkodnak a közösségi gazdasággal kapcsolatban (Belk 2010, Sundararajan 2016, John 2017), addig mások kiemelik a jogi és szabályozási kerettel kapcsolatos problémás kérdéseket (Malhotra 2014). Arnould és Rose (2015) bírálja Belk (2010, 2013) megközelítését, azzal érvelve, hogy „*a koncepció számos ontológiai és episztemológiai hibától szenved*”, és túlságosan idealista. Az internet és az információs technológia szerepét (Belk 2013, Koopman et al. 2015, Hamari 2015), valamint a kreativitás fontosságát a társadalomban (Moore–Robinson 2015) és a közösségi gazdaságban szintén számos szerző hangsúlyozza. Végezetül, Botsman (2012) a bizalom kulcsszerepét hangsúlyozza az új platform alapú gazdaság működésének sikerében: „*az új gazdaság fizetőeszköze az idegenek közötti bizalom*” (TED előadás 2012).

### KORÁBBI EMPIRIKUS KUTATÁSOK

A közösségi gazdasággal kapcsolatos tudományos érdeklődés az elmúlt években nőtt meg jelentősen a szemlézett nemzetközi és magyar írások alapján. A teljesség igénye nélkül, röviden áttekintjük az elmúlt időszakban, a közösségi gazdaság témájában Magyarország vonatkozásában publikált empirikus kutatásokat. Balázs és szerzőtársai esettanulmányokon keresztül mutatták be a magyarországi élelmiszer megosztás megjelenési formáit, különös tekintettel a fenntarthatóság kérdésére (Balázs 2012).

A magyar nagyvárosokban, elsősorban Budapesten egyre nagyobb (és sokszor vitatott) szerepet betöltő Airbnb-t Smith és szerzőtársai (2018) abból a szempontból elemezték, hogy milyen hatással van az átalakuló turizmusban fontos szerepet betöltő Airbnb és a gomba módra szaporodó romkocsmák Budapest belvárosának (és azon belül kiemelten a 7. kerület) strukturális átalakulására. Boros és szerzőtársai (2018) az Airbnb elterjedésének hatásait vizsgálták, egyrészt abból a szempontból, hogy hogyan hat az Airbnb gyors budapesti terjedése a rövidtávú lakáskiadásra és a fővárosi hotelek helyzetére, másrészt azt térképezték fel, hogy Budapest mely területeire koncentrálnak az Airbnb lakások. A nyilvánosan elérhető árak (2016. júniusi keresztmetszeti vizsgálat) elemzése rámutatott, hogy Budapest belső kerületeiben (5., 6. és 7. kerület) komoly árverseny alakult ki a hotelek és az Airbnb szállásadók között, és az Airbnb növekvő jelenléte jelentősen befolyásolta a hosszú távú lakáskiadás árait. Boros és szerzőtársai legfrissebb, írásukban a COVID járvány hatásait vizsgálták, összehasonlítva az Airbnb 2019-es és 2020-as foglalási adatait (Boros et al. 2020.)

Dén-Nagy és Király (2014) a CouchSurfing közösség sikerét vizsgálta, a platformon kialakuló online bizalom különböző típusainak működési mechanizmusait középpontba állítva. A tanulmány rámutatott, hogy a közösségi gazdaság működésében az online bizalom megteremtése kulcskérdés. Az online bizalmat vizsgálva, korábbi nemzetközi kutatások egybehangzóan állítják, hogy a személyekhez rendelt profilok növelik a felek közötti bizalom kialakulását (Ert et al. 2016, Codagnone–Martens 2016), ugyanakkor potenciálisan magukban

hordozzák a faji- és nemi alapú diszkrimináció lehetőségét (Edelman–Luca 2014). Simonovits és szerzőtársai (2018) egy utazásmegosztó portált vizsgáltak azzal a céllal, hogy feltárják a diszkrimináció és a felhasználók közötti bizalom alakulásának mechanizmusait egy kismintás online kísérleten keresztül.

Bálint és Trócsányi (2017) az Oszkár telekocsi felhasználói körének szociodemográfiai profilját vizsgálták kvantitatív eszközökkel. A 2015-ben felvett 425 Oszkár felhasználó adatait tartalmazó adatbázis alapján a kutatók két részre osztották a telekocsizó mintát. Az egyik típusba azokat a digitális platformokat könnyen kezelő X vagy Z generációba tartozó fiatalokat sorolták (a minta nagyjából kétharmadát), akik már befejeztek a felsőfokú tanulmányaikat, nem jogosultak diákkedvezményre, ezért anyagi szempontból vonzóvá vált számukra az Oszkár-rozás. A másik típusba pedig azok a 40-es éveikben járó felhasználók kerültek (a minta nagyjából egyharmada), akik könnyen adaptálódnak az új technikai innovációkhoz, és mivel sokan közülük nehezen megközelíthető településeken laknak, kedvező alternatívát jelent számukra az Oszkár relatíve olcsó és rugalmas rendszere.

A megosztáson alapuló gazdaság *magyarországi elterjedtségéről*, lakossági használatáról Buda és munkatársai (2019) egy országosan reprezentatív felmérést készítettek, 3500 felnőtt részvételével. A kutatás célja, a magyar népesség megosztáson alapuló szolgáltatások igénybevételével kapcsolatos attitűdjeinek feltérképezése volt. A szerzők megállapítják, hogy a magyar népesség nagyjából egyharmada (38,4%) nyitott a különböző megosztáson alapuló szolgáltatások iránt. A társadalmi csoportokat tekintve, a nagyobb városokban élők, a „családorientáltak”, a magasabb képzettséggel rendelkezők és a fiatalabb generációk inkább bevonódnak a megosztáson alapuló tevékenységekbe. Nem meglepő továbbá, hogy azok a személyek hajlamosabbak a megosztáson alapuló szolgáltatásokat gyakrabban igénybe venni, akik az átlagnál kockázatvállalóbbak, aktívabb szociális életet élnek, környezettudatosabbak, egészségtudatosabbak, és a digitalizációval kapcsolatban pozitívabb attitűddel rendelkeznek.

Egy reprezentatív nemzetközi kutatás szerint, (Európai Bizottság 2016) a teljes magyar népesség 16%-a használta a megosztáson alapuló szolgáltatások valamilyen formáját 2016-ban. Ez kicsit magasabb részvételi arány, mint némely visegrádi országban (Lengyelország 15%, Szlovákia 14% és Csehország 7%), azonban alacsonyabb, mint a több szomszédos országban (Romániában 20% illetve Horvátországban 24%-os részvételi szintet mértek).

A részvételi motivációkat felhasználói oldalról jelen cikkben nem vizsgáltuk, mivel nem állt rendelkezésünkre elegendő számú felhasználói interjú.<sup>5</sup>

Végül, bár nem empirikus adatokon alapul, érdemes megemlíteni Soltész és Zilahy (2020) friss tanulmányát, mely a megosztáson alapuló gazdaság környezeti és társadalmi hatásait elemzi, illetve Szűts és Yoo (2020) tanulmányát, mely egy áttekintést nyújt arról, hogy hogyan alakult a megosztáson alapuló gazdasági rendszerek működése Magyarországon az elmúlt 5 évben, milyen változásokat hoztak a gazdaságban, az oktatásban és tágabb értelemben a mindennapi életben. Tanulmányunk szempontjából talán a legfontosabb állításuk, hogy a megosztáson alapuló szolgáltatások esetében az ún. *alacsony belépési küszöb* teszi lehetővé azt, hogy a felhasználók a korábnál több szolgáltatáshoz és információhoz jussanak hozzá; továbbá, hogy a platformok a mikro-feladatok kiosztásával (pl. Lime robogók felhasználók általi feltöltése) jelentős hatással lehetnek a közeljövő munkaerőpiacára.

<sup>5</sup> A platformok felhasználói megítélésére, motivációikra a szakértői interjúk alapján teszünk majd utalást ott, ahol ennek értelmét látjuk.

## MÓDSZERTAN ÉS ADATFELVÉTEL

### Elemzési és mintavételi keret

A magyarországi helyzetet feltérképező vizsgálatunk során egyrészt nemzetközi (elsősorban Sundararajan 2016) és hazai tanulmányokat (Görög 2017, Dudás–Boros 2019) vettünk alapul, melyek célja a megosztásra épülő gazdaság szereplőinek klasszifikációja volt. (A magyarországi szereplőket és az interjúalanyokat az 1. táblázatban foglaltuk össze) Másrészt a lehetséges interjúalanyok körének pontosabb meghatározásánál a magyarországi *Sharing Economy Szövetség* taglistája volt az egyik kiindulópontunk (12 tagból összesen 8 szervezet vezetőjével készült szakértői interjú.) Továbbá, a *Sharing and Caring* COST projekt<sup>6</sup> keretében — részben e tanulmány szerzői által — összegyűjtött esettanulmányokat is áttekintettük toborzási céllal. Valamint, az interjúalanyok további szervezeteket is ajánlottak, illetve sajtó és egyéb forrás alapján is találtunk interjúalanyokat.

A kutatás földrajzi keretének Magyarországot jelöltük ki, budapesti fókusszal, mivel a gazdasági élet és a közösségi gazdaság szereplői is Budapestre koncentrálnak. A terepmunkát ugyan Budapesten végeztük, de készültek online interjúk is vidéki platformokkal is (pl. Door Office, Szeged) és az általunk elemzett szakértői kerekasztal beszélgetés is vidéki szervezetek bevonásával zajlott. Továbbá, több olyan szervezet is szerepel az elemzésünkben, melyek ugyan országos lefedettségűek, központjuk Budapesten található (pl. Oszkár telekocsi). Illetve olyan platformokat is vizsgáltunk, amelyek vagy nemzetközi szervezetek (pl. Airbnb), vagy országos lefedettségű platformok (pl. Miutcánk) és az egész országban elérhetőek, mégis a szolgáltatásuk fő helyszíne Budapest, akár a platform által kínált szolgáltatás jellege miatt (pl. Airbnb fővárosi koncentrációja) akár a felhasználók aktivitása miatt (pl. Miutcánk közösség elsősorban Budapesten aktív)<sup>7</sup>. Összességében megállapíthatjuk, hogy szakértői mintánk Budapest fókuszú, és a vidéki példák inkább illusztrációként szerepelnek az elemzésünkben.

Az interjúk feldolgozását és a kvalitatív elemzést idézetekkel illusztrált strukturált összefoglalók segítették (Crabtree–Miller 1999), forrásaink idézésénél az alábbiakat vettük figyelembe: mivel szakértői interjúkat készítettünk a szféra feltérképezése céljából, ezért egyrészt fontosnak tartottuk, hogy az elemzett platformok névvel szerepeljenek az elemzésben, másrészt biztosítani akartuk interjúalanyaink anonimitását.<sup>8</sup>

Szakértőként definiáltuk a következő szerepeket: az adott szervezet vagy platform alapítója, vezetője vagy egy olyan személy, aki belülről ismeri a szervezet működését, de nem egyszerű felhasználóként vesz részt a működtetésében (pl. olyan Airbnb házigazda, aki több tucat lakás ügyeit intézi, kapcsolatban van vendégekkel és tulajdonosokkal, és több mint 5 éve főtevékenységként dolgozik a terepen).

6 <http://sharingandcaring.eu/short-stories>

7 Megemlítenők továbbá, azok a zömében élelmiszer-megosztásra épülő platformok, melyek a szolgáltatásuk jellegéből adódóan (termelőtől a fogyasztóig), zömében vidéki termelők termékeit juttatják el Budapestre (Youtyúk, Nekedterem). Végül, kutatásunkban helyet kaptak olyan platformok is (Nekedterem), melyek eredetileg Budapestről indultak ki, de 2020 nyarától, már nemcsak Budapesten és az agglomerációban működnek, hanem frekvenciált nyaralóhelyekre is szállítanak.

8 Ennek érdekében az idézeteket követő forrásmegjelölésnél csak a szervezet nevére és az interjú dátumára szorítkoztunk, és nem részleteztük az interjúalany demográfiai adatait (pl. Oszkár 2019). Ez alól két esetben tettünk kivételt: Egyrészt a MOL Bubi képviselője kérte a megnevezést, másrészt a munkaügyi szakértővel készült egy általános, nem platformhoz kötött interjú, ezért ezt a két interjúalanyt nevesítettük. Azoknak az interjúalanyoknak, akik ezt igényelték, elküldtük a kéziratot a publikáció előtt.



1. táblázat. A megosztáson alapuló gazdaság szereplőinek besorolása megosztás-árucseré kontinuumában elhelyezve, szektorok szerint, Magyarországon jellemző/működő példákkal (félkövérrel kiemelve a kutatás során megszólaltatott interjúalanyokat)

	Non profit alapú (nincs pénzügyi mozgás, megosztó jellemzők dominanciája)	Egyensúly a megosztó és árucseré jellemzők között	Profit alapú (piaci alapú, pénzügyi mozgás jelentős, árucseré jellemzők dominanciája)
Utazás, közlekedés megosztás	MOL Bubi*	Oszkár telekocsi, Donkey Republic, BlaBlaCar	GreenGo, Lime, Blinkee, MOL Limo, ShareNow, Uber, Taxify
Szállás-és lakásmegosztás, otthoncsere	Couchsurfing, Homeexchange	Airbnb Kunbábonyi Tízek Közösségi Szövetkezet	Booking.com
Iroda és munkamegosztás	H'Office	L'Office, Kaptár, The Home office, Door Office (Szeged)	ClickforWork
Élelmiszer-megosztás	Budapest Bike Maffia BBM, Seeds for hope projekt Redinner.com Komatál (JA Itp)	Lakáséttermek (Celebrate food), Youtyúk, Szatyorbolt Nyíregyházi Kosár Bevásárló Közösség	Wolt, Netpincér, Kifli.hu, LimeKirály Nekedterem, Nepazarolj
Szomszéd-sági elven működő közösségi platformok	Miutcánk Weki (Átalakuló Wekerle)		
Használt vagy kisiparos termékek platform alapú kiskereskedelme		Meska	Vatera, Jófogás
Közösségi finanszírozás	Adjukössze.hu Givemychance	Indiegogo, KickStarter	
Egyéb: szórakozás, tudás, információ megosztás	Wikipédia Járókelő	Academia.edu	Zene: Spotify, Film: Netflix

\*Ugyan van pénzügyi mozgás, de a MOL Bubi mégis a nonprofit kategóriába tartozik

Megjegyzés: Sundararajan (2016) Görög (2017) és Dudás–Boros (2019) alapján, saját szerkesztés

Mivel az általunk használt besorolás (Sundararajan 2016) elsősorban az amerikai, illetve a világpiacon készült, valamelyest adaptálnunk kellett a hazai viszonyokra, ügyelve arra, hogy piaci és szolidaritást előtérbe helyező platformok, illetve közösségek is a mintánkba kerüljenek. A fenti szempontokat figyelembe véve, az alábbi területekről toboroztuk interjúalanyainkat: élelmiszer-megosztás, szállásmegosztás, közlekedés megosztás, iroda- és munkamegosztás, valamint szomszéd-sági közösségi platformok.<sup>9</sup>

Mivel kutatási forrásaink és kapacitásaink végesek voltak, a konkrét platformok kiválasztásánál előnyben részesítettük azokat, melyek a megosztás-árucseré kontinuumában (ld. 1. táblázat) az első két oszlopban helyezkednek el, mivel ezek a megosztáson alapuló gazdaság koncepciójához közelebb állnak.

A megosztáson alapuló közlekedést jól lefedi a mintánk, amennyiben a versenytárs-kategóriákat nézzük. Mind az utazásmegosztók közül (Uber, Taxify, Blabla Car és Oszkár), mind az autómegosztók közül (GreenGo, ShareNow és MOL Limo), mind a kerékpármegosztók közül (MOL Bubi és Donkey Republic), mind az elektro-

<sup>9</sup> Bizonyos területek azért estek ki a mintavételi keretünkől, mert nem elterjedtek Magyarországon, mások bekerülését pedig ugyan fontosnak tartottunk volna, de nem tudtuk rábeszélteni/nem tudtuk elérni a szakértőt az interjúra, ezért csak felhasználói interjú készült. Ez utóbbiakat azonban alacsony esetszámuk (kevesebb, mint 10 fő) és nem szisztematikus kiválasztásuk miatt végül kihagytuk az elemzésből.

mos mikromobilitás (Blinkee és Lime) közül egy-egy került be a kutatásba – ha a budapesti platformokat vesszük figyelembe.

A szállás és lakásmegosztás területéről csak az Airbnb platformját vizsgáltuk, melyet a közbülső kategóriában helyeztünk el, melyre a megosztó és árucserre jellemzők egyaránt érvényesek, ám egyes szakértők arra figyelmeztetnek, hogy az egyre inkább profitorientált óriáscég, esetén elhalványul annak megosztó funkciója. Meszmann (2019) szerint az Airbnb felfutását a 2008-as gazdasági válság után bekövetkező munkaválság és árérzékenység együttesen okozta.

Az élelmiszer megosztással foglalkozó platformok a megosztás-árucserre kontinuumát szinte teljes terjedelmében lefedik. Míg a Budapest Bike Maffia és József Attila lakótelepen működő Komatál egyértelműen a non-profit, szolidaritási alapon működő kategóriába sorolható, a lakásétermek, és a „termelőtől a fogyasztóig” típusú szolgáltatások (Youtyúk és Szatyorbolt) „egyensúlyoznak” a megosztó és árucserre jellemzők között; addig a Nekedterem, a Wolt vagy a Netpincér tisztán profitalapú szolgáltatások. Ez utóbbiak elsősorban a működési mechanizmusuk alapján (platform alapú működés jellegzetességei, személyes profilok és visszajelzési rendszer) kerültek be a mintavételi keretbe, illetve a Nekedterem esetében a fenntarthatóság, a lokalitás, és a vásárlókkal kialakított személyes kapcsolat is fontos működési alapelvek.

Az általunk vizsgált iroda és munkamegosztó platformok az élelmiszermegosztó platformokhoz hasonlóan szintén lefedik a már említett kontinuumot. A ClickforWork profit alapú szolgáltatás, amely egy jól definiált csoportot céloz meg. Míg a Weki nonprofit platformként működik, addig a Kaptár, a szolgáltatás, azaz az iroda-helyiség biztosítása mellett, különböző rendezvényekkel igyekszik elősegíteni a közösségteremtést, így egyensúlyt teremtve a megosztó és az árucserre jellemzők között.

A kutatásban a szomszédsági platformokat a Miutcánk és az Átalakuló Wekerle képviselik, amelyek egyaránt nonprofit módon működnek.

A terepmunkánk eredményeként 2019-ben összesen 15 szakértői interjút készítettünk, melyet 2020 tavaszán kiegészítettük 12 utánkövetéses interjúval, így 2019–20 folyamán összesen 27 interjú készült el. 2020 tavaszán felvettünk továbbá még egy interjút egy olyan Airbnb tulajdonossal, aki az egyik Airbnb házigazdát tömörítő csoport kulcsszereplője, és az elmúlt években a terület szakértőjévé nőtte ki magát. (Az interjúk pontos részleteit a Függelék F1 táblázata tartalmazza.) További forrásunk egy munkaügyi szakértő, a pozsonyi Central European Labour Studies Institute munkatársa, platform-gazdasággal és munkaüggyel foglalkozik.

## EREDMÉNYEK

### Megosztáson alapuló közlekedési módok

A megosztáson alapuló közlekedés hazánkban viszonylag új formája a közlekedésnek, mely ma már többféle platformon működik. Az egyik ága a közbringa, mely jelenleg hat magyarországi városban is megtalálható.<sup>10</sup>

Közbringa rendszerek ugyan több mint ötven éve léteznek világszerte, de csak a 2000-es években terjedtek el igazán, és nem teljesen váltották be a hozzájuk fűzött reményeket (nincs rá bizonyíték, hogy elérték volna az eredetileg kitűzött célokat, mint például a széndioxid-kibocsátás, a közlekedési dugók és a szennyezettséget csökkentését).<sup>11</sup>

Kutatásunkban a MOL Bubi is részt vett, mely 2014 óta működik, és egy fontos szempontból eltér a többi résztvevőtől: különleges helyzetét közszolgáltató léte adja. Továbbá érdekesség, hogy annak ellenére, hogy nem egy for-profit szervezet, az egyik legdrágább közbringarendszer Európában<sup>12</sup>. A minta heterogenitását növelve (és a használók számát figyelembe véve) úgy döntöttünk, hogy fontos, hogy a MOL Bubi is részese legyen a kutatásunknak.

A megosztáson alapuló közlekedési módok másik nagy szektora a megosztáson alapuló autóhasználat, melynek két altípusa az autómegosztás (carsharing) és az utazásmegosztás (ridesharing). Az autómegosztás területén, hazánkban a GreenGo indult elsőként (2016), aztán a MOL Limo (2018) és nemrégiben a ShareNow (2019) is megjelent ezen a piacon. Míg a GreenGo – a fenntarthatósági szempontokat figyelembe véve – csak elektromos járművekkel operál, a MOL Limo és a német DriveNow leányvállalataként működő ShareNow ettől eltérő profillal rendelkezik. A MOL Limo többféle (közte néhány elektromos működtetésű) autóval, míg a ShareNow többnyire BMW-vel működik – ezzel is kicsit emelve a cég presztízsén. Itt is az autók csak egy kis hányada elektromos.

Az Oszkárt 2007-ben alapították a Budapesti Műszaki Egyetem végzős hallgatói. Az első 5 évben mintegy „hobbiként” működött, azaz semmilyen bevételt nem termelt a cég, a cél az utazás megosztása volt, és a portál fejlesztése is érdekelte az alapítókat informatikai szempontból. Jelenleg jutalékrendszerben működtetik a platformot: „Jól döntöttünk, a jutalék rendszer 'bejött', stabilan működik most a rendszer, profitot termel, de az Oszkár "válság" termék, tehát a gazdasági növekedés nekünk nem tesz jót...” (Oszkár, 2019)

2019-ben öt főállású munkatárs dolgozott az Oszkárnál (fejlesztők, ügyfélszolgálat, és 5–6 diák, akik támogatják az ügyfélszolgálatot), ezenkívül együttműködnek egy külsős PR ügynökséggel, és alkalmanként a marketing tevékenységet is kiszervezik. Az interjúalany szerint azért tudják ilyen kis létszámmal megoldani a munkát, mert nagyon sok minden automatizálva van (pl. ügyfélszolgálat és a könyvelés területén is sok sablont használnak). A tulajdonosi struktúrát tekintve a cég döntő része az alapítóké (80%), 10–10%-ban szálltak be angyalbefektetők.

Továbbá említést igényel a hazánkban már évek óta megszüntetett magyarországi Uber (mely a korlátozások/szabályozások következtében 2016 nyarán kivonult az országból). Ezt váltotta fel az észti Taxify (ma: Bolt). Ezek a szolgáltatások jobban hasonlítanak egy taxi szolgáltatásra, fontos különbség a sofőrök értékelésének

10 Időrendi sorrendben: Esztergom (2013), Budapest (2014), Hévíz (2014), Győr (2015), Nagykanizsa (2016), Pécs (2019) és további kettőben volt, de megbukott (Szeged (2014) és Kaposvár (2015)). <https://g7.hu/kozelet/20191017/egyetlen-dolog-mukodtetia-videki-kozbringa-rendszereket-az-unios-tamogatas/>

11 <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2210539515000140>

12 <https://magyarnarancs.hu/publicisztika/mi-mindenre-nem-lesz-jo-a-bubi-kozbringa-89211>

lehetősége.<sup>13</sup> Az autómegosztó cégek közül kutatásunkban a GreenGo és az Oszkár vettek részt. A GreenGo – a fenti kategóriákat alkalmazva – piaci logikára épülő szolgáltatás, míg az Oszkár inkább átmenetnek tekinthető az piaci és a közösségi megosztásra épülő szolgáltatás között.

A mikro mobilitást erősítve nem olyan régen a megosztáson alapuló roller (Lime) és robogó (Blinkee) is megjelentek a budapesti piacon. Ezek közül az előbbi került be a kutatásunkba. A Lime egy start-up cég, mely piaci alapokon működik. A Sundararajan által definiált elmosódó határok az utazási platformok esetén erőteljesen megjelennek: a személyes tér és a piaci szolgáltatás nyújtása közötti összemosódást leginkább az Oszkár sofőr munkájában érzük tetten, illetve az alkalmi és munkaviszony összemosódásának ideáltípusa pedig a sokat, de rugalmasan, vállalkozóként dolgozó Uber sofőr. A mikro feladatok felhasználók felé történő kiszervezésének legjobb példája pedig a Lime, amely platformján egy mozdulattal lehet váltani az utas és a rollerfeltöltő szerepek között.

### *A koronavírus okozta válság hatása a megosztáson alapuló közlekedési módokra*

A járványügyi helyzet különösen erősen sújtotta a közlekedési szektort, hiszen megváltoztak mobilitási szokásaink: egyfelől a távmunka és a digitális oktatás bevezetésével sokkal kevesebbet közlekedtünk; másfelől pedig az érintkezésmentes közlekedés egyik legkézenfekvőbb módja a biciklizés, a gyaloglás és az autózás volt – kerülve ezzel a tömegközlekedést.<sup>14</sup> A megosztáson alapuló közlekedési módokat különbözőképpen érintette a válság. A kerékpározás megnőtt népszerűségéről több helyen is lehet olvasni mind hazai,<sup>15</sup> mind nemzetközi terepen<sup>16</sup> – ez Budapesten többek között a Bubi által bevezetett szinte ingyenes (100 forintos) havi bérleti díjnak, az online ügyintézés bevezetésének és a kaució eltörlésének köszönhető,<sup>17</sup> illetve nagyobb részben a kísérleti kerékpársávok megjelenésének.<sup>18</sup> Ezek együtteséből fakad, hogy nemcsak a Bubi használóinak és a Bubival megtett utazások száma nőtt meg a karantén alatt,<sup>19</sup> hanem a kerékpárral közlekedők száma is, amit nemcsak a kerékpárboltok kifosztásából lehet érzékelni,<sup>20</sup> hanem egy, a Magyar Kerékpárosklub megbízásából készült országos reprezentatív kutatásból is kiderül,<sup>21</sup> valamint a BKK kerékpárszámlálói is ezt támasztják alá.<sup>22</sup> A Bubi használóinak összetétele is megváltozott. Míg a Bubi megtehetette (közszolgáltató létének köszönhetően), hogy sűrűbb fertőtlenítéssel megfeleljen a koronavírus miatt javasolt higiéniai elvárásoknak, a Lime-ot szerte a világban kivonták (a Bird nevű másik e-roller szolgáltatóval együtt<sup>23</sup>) a forgalomból – ők nem tudták volna biztosítani ezt az extra szolgáltatást. Mindazonáltal ez az időszak csak 5 hétig tartott, tehát nem a karantén teljes idejére vonták vissza az elektromos rollereket. Úgy látták, hogy van rá igény, és a felelősségteljes viselkedés (a használók folyamatos kézfertőtlenítése), illetve a viszonylag kedvezőbb feltételek arra ösztönözték őket, hogy újraindítsák az üzemelést. Az utazások rövidebbek lettek, de gyakoribbak.

13 <https://alapjarat.hu/hasznos-infok/automegosztó-szolgáltatások-2rész-automegosztók-magyarországon>

14 <https://mobilissimus.hu/hirek/jogyakorlatok-jarvany-idejere>

15 Gertheis 2020

16 ECF, 2020

17 <https://bkk.hu/2020/03/egyszerubb-mol-bubizas-jarvanyveszely-idejen-online-regisztracio-szazforintos-havidij/>

18 [https://index.hu/belfold/2020/03/30/aprilistol\\_a\\_kereparos\\_halozat\\_gyors\\_boviteset\\_tervezi\\_a\\_fovaras/](https://index.hu/belfold/2020/03/30/aprilistol_a_kereparos_halozat_gyors_boviteset_tervezi_a_fovaras/)

19 [https://azonnali.hu/cikk/20200319\\_ha-vege-a-koronavirusnak-olcsobb-lesz-majd-bubizni-budapesten](https://azonnali.hu/cikk/20200319_ha-vege-a-koronavirusnak-olcsobb-lesz-majd-bubizni-budapesten)

20 ELTIS, 2020, <https://www.hellovidek.hu/utazas/2020/05/20/haromszorosara-nott-a-forgalom-a-magyarok-kifosztottak-a-kereparos-webaruhazakat>

21 [https://kereparosklub.hu/kereparoskutatas\\_2020](https://kereparosklub.hu/kereparoskutatas_2020)

22 [https://kereparosklub.hu/ibikebudapest/15\\_szazalekkal\\_nott\\_a\\_budapesti\\_kereparforgalom\\_2020-ban](https://kereparosklub.hu/ibikebudapest/15_szazalekkal_nott_a_budapesti_kereparforgalom_2020-ban)

23 <https://www.polisnetwork.eu/article/streets-blog-usa-during-covid-19-lime-and-bird-pull-back-spin-steps-up/?id=122824>

A GreenGo – a költségek ellenére – vállalta a napi fertőtlenítést, és ezzel a piacon maradt a szolgáltatás a lezárás idejére is: a vártnál jobban teljesített a cég, és bár a használók száma csökkent, összetételük nem változott (azok használták nagyjából, akik amúgy is használták korábban). A következő magyarázat szól a szolgáltatás működtetése mellett:

*Azt gondoltuk, hogy sok embernek alapvető szüksége a mobilitás, és nem tud mondjuk otthon maradni, és mondjuk nincsen saját autója, akkor a tömegközlekedésre szorulna és a BKK meg a főváros is mondta, hogy aki tudja, az ne menjen tömegközlekedéssel. És ezért is – bár nem fogja megérni nekünk a szolgáltatást futtatni, de mégis azt gondoljuk, hogy ez a társadalmi felelősségvállalás része, hogy egy ilyen helyzetben folytatjuk. (GreenGo, 2020)*

Az Oszkár is próbálta fenntartani az Oszkáros közösség utazási kedvét, de forgalmuk a kijárási korlátozások idején szinte lenullázódott, és az egész időszakban (2020 tavasz–nyár) jelentősen visszaesett a fent részletezett okok miatt. Interjúalanyunk szerint 2020. április elejére 5%-ra esett vissza a forgalmuk, amely júliusra az éve elején mért érték 70%-ra állt vissza.

#### ***A megosztáson alapuló közlekedési rendszerekről általánosságban***

Fontos kérdés, hogy miért használja valaki az adott szolgáltatást. A motivációkat tekintve eltérő válaszokat kaptunk. A MOL Bubira a következőt mondta interjúalanyunk: „*Se te, se én, mi, akik ebben dolgozunk,*<sup>24</sup> *nem azért fogunk ráülni, mert mi kérésztre akarjuk magunkat feszíteni a klímaváltozás oltárán, hanem mert egy könnyű választás és praktikus.*” (MOL Bubi, 2020) Tehát szerinte a környezettudatossági szempontok kevésbé számítanak, inkább a praktikusságot emelte ki. Ez ellentmond az általunk fentebb leírtaknak, tehát interjúalanyunk egy pesszimistább hozzáállást képvisel. Ezentúl még azt is elmondta, hogy sokan kíváncsiságból kezdik el használni, illetve „*a Bubit mindig is úgy pozícionáltuk, hogy egy vagány dolog legyen*” (MOL Bubi, 2020). A GreenGo kapcsán a hangsúly azon volt, hogy az embernek nem kell autót tartani, mégis tudja használni, ha szüksége van rá. A Lime-ot képviselő interjúalanyunk a kényelmet és a gyorsaságot emelte ki.

A Bubinak és a Lime-nak jelenleg nincs konkurenciája, így nem csoda, hogy a Bubi és a Lime képviselői könnyedén beszéltek erről. A Bubi esetében a Donkey Republic jöhetett csak szóba, de ők azt sem tekintik konkurenciának, hiszen egyrészt az nem közbringa, hanem egy önkiszolgáló kerékpárkölcsonzó, másrészt pedig örülnek, hogy egyre több megosztáson alapuló közlekedési szolgáltatás van (hiszen a BKK deklarált célja ezek támogatása). Ők azért is vannak “könnyű” helyzetben, mert a MOL Bubi tulajdonosa és üzemeltetője, a szolgáltatás menedzsere — ahogy korábban leírtuk — nem egy hagyományos értelemben vett profitorientált cég, hanem egy önkormányzati tulajdonú közszolgáltató vállalat (BKK). A Lime szószólója elmondta: egy közös EU-s projekt során kiderült, hogy a megosztáson alapuló közlekedési módok használói nagyban átfedik egymást – tehát nincs mitől félni:

*Akinek le van töltve a MOL Limo, annak biztos le van töltve a GreenGo is. [...] Az, hogy most ki mi alapján dönti el, én úgy érzem, hogy ez az adott igényének- hogy éppen miért utazik és mekkora távolságot megy, milyen gyorsan szeretne oda eljutni. (Lime, 2020)*

Ennek ellenére a GreenGo-nak két másik autómegosztóval szemben kell pozicionálni magát. Az egyik szempont a kiválasztásnál – interjúalanyunk elmondása szerint – a másik kettővel szemben az elektromosságban rejlik, a másik pedig a gyorsabb reakcióban, amit az tesz lehetővé, hogy a GreenGo saját fejlesztésű rendszerrel dolgozik, míg a másik két cég kölcsönzi az infrastruktúráját.

<sup>24</sup> Az egyik társszerző és egyben interjúer, Surányi Ráchel a Mobilissimus Kft.-nél dolgozik, mely fenntartható mobilitástervezéssel foglalkozik.

Az Oszkár telekocsi rendszer ma a legjelentősebb utazásmegosztó platform Magyarországon, amely az elmúlt években szinte teljesen kiszorította a magyar piacról a kisebb magyar platformokat és nemzetközi vetélytársát, a BlaBlaCart. Az Oszkár alapítója fontos sikertényezőnek tekinti, hogy nincs közvetlen ellenérdekeltségük a közösségi személyszállítási piacon, szemben az előbb említett autómegosztási platformokkal. Az eltérő (negatívabb) hozzáállás a konkurenciához annak köszönhető, hogy meglátása szerint a kétoldalú piactereknél nagyban rontja a hatékonyságot, ha sok résztvevő van jelen a piacon.

### ***Mekkora a bizalom és milyen kockázatot vállalnak a felhasználók? (panaszkezelés)***

A kockázatoknál három interjúalany a félelem egy fajtáját emelte ki. A MOL Bubi-nál és a Lime-nál is a közlekedési eszköztől való félelmet nevezték meg kockázatnak, de míg a Bubi-nál a kerékpározáson volt a hangsúly általánosságban, a Lime-nál az e-roller használatától való félelmet helyezte előtérbe a céget képviselő interjúalanyunk. Míg tehát az előbbinél egy strukturális problémáról van szó, nevezetesen a kerékpársávok és a biztonságérzet hiányáról, a Lime-nál az eszközhasználat okozhat problémát. A GreenGo-nál a bankkártyás fizetést említette interjúalanyunk, mely nem cég-specifikus. Itt a cég képviselője szerint attól tartanak leginkább az emberek, hogy illetéktelenül vesznek le pénzt a bankkártyáról. Ehhez hasonló kockázat a MOL Bubi-nál is felmerül: a magas kaució sokakat elriaszt. Ez – ha nem is gyorsan, de a koronavírus okozta veszélyhelyzetben – el lett törölve: ezzel meg is ugrott a használók száma.

A legfőbb kockázatot az Oszkáros interjúalany szerint az utasok szempontjából a kisbuszok jelentik (Az Oszkár platformon nemcsak személyautók vannak jelen, hanem olyan kisbuszok, akik vállalkozásként végzik a tevékenységet). Ezeket a kisbuszos vállalkozókat kezdetben kétkedve fogadták az utasok, de mivel nehezebb szófőrt találni, mint utast, ezért abban egyeztek meg a kisbuszokat üzemeltető vállalkozókkal, hogy használhatják az Oszkár felületet, de megkülönböztetett jelzéssel. A platform szempontjából az a kockázati tényező továbbra is fennáll, hogy szabályozási értelemben „fekete fuvarként” is értelmezhető ez a fajta személyszállítás, ami ráadásul külföldön (pl. Ausztriában) engedélyköteles is. Ezért az interjúalany szerint közeljövő legfontosabb célja „kifehéríteni” a kisbuszos szállítást, mely 2020 nyarán sikeresen megvalósult.

A Bubi-BKK különleges helyzetéből fakadóan a biztonságérzet hiányából adódó félelmet is tudja valamelyest csökkenteni forgalomcsillapítási eszközökkel, mint például a kerékpársávok kialakításával. A járványhelyzet pozitívan kedvezett mindkét, a potenciális felhasználók előtt felmerülő akadályok elhárításának; ugyan korábban is voltak fejlesztések a közlekedésbiztonság javításának érdekében, a pandémiás időszakban ez intenzifikálódott). A Lime képviselője szerint a „le kell vetni a gátlást” – az első használatnál dől el, hogy sikerült-e megnyerni a felhasználót. Ez összefügg azzal a kérdéssel, hogy mitől marad valaki hű használója a rendszernek, vagyis mekkora a cégbe vetett bizalom.

Itt több közös pontot is említettek az interjúalanyok. Egyrészt az elérhetőség, tehát a kényelmi szempont mindhárom eszköznél fontos lehet: mennyit kell gyalogolni ahhoz, hogy a hozzánk legközelebb eső eszközhöz eljussunk? „A legfontosabb mindig az, hogy a környéken [...] mi áll rendelkezésre.” (Lime, 2020)

A MOL Bubi feltehetően speciális helyzetéből adódóan nemcsak jól ismert, de megbízhatónak is tekinthető brand. Ha nem is mindenki tudja a BKK-hoz kötni konkrétan, sokan tudják róla, hogy egy „hivatalos dologról van szó” (MOL Bubi, 2020). Kutatások szerint a magyarországi lakosok 70 százaléka tudja, mi az (MOL Bubi 2018).

A közösségi gazdaságban, mely sokszor az online térben történik, kifejezetten fontos a kommunikáció szerepe, ezen belül is az értékelés és kommentelés lehetősége. (Szűts-Yoo 2020) Munkaügyi szakértőnk (Meszmann 2019) hozzáteszi, hogy sok esetben a platform is meghatároz egy értékelési határt, ami alatt a szófőrtől vagy futártól megválnak. (A Lyft-nél ez a határ 2019. nyarán 5 fokú skálán 4,7 pont volt.) Fontos megemlíteni

továbbá, hogy a szolgáltatónak, pl. a Taxify sofőrnek van joga időnként nemet mondani egy-egy utasra, de nyilván nem sokszor, mert azt a rendszer bünteti. Az ügyfélszolgálat, illetve a panaszkezelés mindegyik interjúban felmerült, mint fontos szempont. Szintén a Bubi speciális helyzete miatt (közszolgáltató lévén) nehezebben/lassabban reagál csak a panaszokra, míg a másik két cég – a képviselők elmondása szerint – jóval rugalmasabb ennél. A GreenGo-nál kompenzációs perceket is kínálnak bizonyos helyzetekben.

### *A közbringa, roller és autó múltja, jelene és jövője – összefoglalás/hogyan tovább?*

A megosztáson alapuló közlekedési módok szubjektív sikerességét különböző – de egymást nem kizáró – tényezőkkel magyarázták (amelyekből néhány a közösségi gazdaságra általánosságban is ráhúzható). Az egyik a gazdaságosság szempontja volt: „Nagyon sokszor birtoklunk olyan dolgokat, amiket csak ritkán használunk, és áll benne a pénz.” (GreenGo, 2020). Egy megosztott autó például 10 személygépkocsit is ki tud váltani, ami nemcsak olcsóbb, de környezetbarátabb is. Hasonlóképpen vélekedett egy másik interjúalany is: „Most már teljesen boldog vagy azzal, hogy te béreled a lakást, ha csak időnként használod az autót. Nem kell aggódnia, hogy fizetősben parkolsz vagy nem”<sup>25</sup> (Lime, 2020). Ez persze a társadalomnak csak egy speciális és relatív kis szegmensére, a nagyvárosi, „családorientáltabb”, magasabb képzettséggel rendelkező és fiatalabb generációkra igaz. Továbbá rugalmassága és decentralizáltsága ugyanúgy előnye, mint hátránya: míg viszonylag ingatag lábakon állnak, gyorsabban tudnak alkalmazkodni –vélte egyikőjük. Hátránya még az elérhetőség hiánya: nem biztos, hogy pont abban az időben és azon a helyen elérhető az eszköz, amit használni szeretnénk.

Az Oszkáros interjúalany azt hangsúlyozza, hogy „ez egy korlátos piac, mostanra a növekedés üteme lelassult” (Oszkár, 2019). Jövőbeli terveik között szerepelt a külföldi terjeszkedés ötlete, Szlovákia és Ausztria is szóba jött, de a legfőbb nemzetközi riválisuk a BlaBlaCar miatt nehezen menne, mert a cég egyrészt felvásárolta a kisebb helyi platformokat, másrészt mivel ők ingyenesen nyújtják a szolgáltatást, nehéz velük versenyezni. Inkább tehát a magyarországi piacra és fejlesztésekre koncentrálnak, de az adatok szerint Magyarországon belül is használják külföldiek, sőt külföldi sofőrök is vannak a rendszerben, akik hosszabb vagy rövidebb ideig Magyarországon tartózkodnak. A legtávolabbi nemzetközi utazás Magyarországról indult és Spanyolországban ért véget, de voltak, akik a Baltikumba mentek Oszkárral.

## Szállásmegosztás

### *A platformok és az interjúalany bemutatása*

Bár a szállás- és lakásmegosztás, illetve otthoncsere lefedi a megosztás-áruccsere kontinuumát, jelen tanulmányban csak érintőlegesen foglalkozunk a szektorral, a budapesti Airbnb helyzetére fókuszálva<sup>26</sup>

Az Airbnb, és tágabb értelemben a turizmus és a rövidtávú szálláskiadás gazdasági szerepe 2011 óta jelentősen megnőtt. 2018-ban 8000 lakás illetve szoba volt elérhető az Airbnb rendszerében főleg Budapest belső kerületeiben. Az Airbnb nemzetközi céggént működik Magyarországon és a hatályos magyar szabályozás szerint a helyi ingatlantulajdonosok közvetlen szerződésben állnak az Airbnb vállalati központjával. Az Airbnb továbbá elvárja a helyi szabályok és adózási kötelezettségek betartását. (Meszmann 2018.) A magyar parlament 2020 júliusában fogadta el azt a törvényt, mely a kerületi önkormányzatok kezébe adta a rövid távú lakáskiadás szigorításának lehetőségét (Portfolio 2020).

25 Az interjúalany által elmondottak még csak egy születésben lévő trendről szólnak, mely nem mutatható ki számokkal: a budapesti és az agglomerációs autómennyiség egy évtized alatt a harmadával nőtt, ami azt jelenti, hogy 2010 óta 200.000-rel lett több autó az utakon. [https://hvg.hu/gazdasag/20191125\\_Vitezy\\_A\\_kertvarosi\\_autok\\_szennyezik\\_fokent\\_Budapest\\_levegojet](https://hvg.hu/gazdasag/20191125_Vitezy_A_kertvarosi_autok_szennyezik_fokent_Budapest_levegojet)

26 (Couchsurfing területén működő bizalomról ld. Dén-Nagy és Király, 2014 és a budapesti Airbnb működéséről Simonovits–Kondorosy–Zách, illetve túlélési stratégiáiról Bernát–Olt–Simonovits készülő publikációkat).

### **Az Airbnb budapesti működése**

A kutatás során kér Airbnb üzemeltetővel készítettünk interjút, egyikük két hetedik kerületi lakás tulajdonosa, másikuknak egy saját lakása van, amit Airbnb céllal kiad, emellett 28–30 lakást menedzsel Budapesten. A tulajdonosi oldalról megközelítve a témát az egyik interjúalany a következő mintázatokat látja. Egyrészt, számos olyan Airbnb lakás működik, melyek tulajdonosai külföldön dolgoznak, de nem akarják hosszútávon kiadni a lakásokat, mivel rendszeresen hazajárnak. Egyrészt anyagi megfontolásokból, másrészt mivel nem tesz jót egy lakásnak ha sokáig nem használják, Airbnbként üzemelnek ezek a lakások<sup>27</sup>. A másik, valószínűleg jelentősebb piaci szegmensbe tartoznak azok a lakástulajdonosok, akik elsősorban befektetési céllal vesznek és adnak ki lakásokat. A lakások üzemeltetésére komoly piac épült az elmúlt időszakban. Vannak cégek illetve magánemberek, akik meghatározott jutalékért, teljeskörűen kezelik a lakásokat. A sok lakást üzemeltető interjúalany, jutalékért a lakások „teljeskörű kezelését” nyújtja az ügyfeleknek, azaz a kapcsolatfelvételtől a beengedésen át, a lakással kapcsolatos ügyintézésig bezárólag mindent elintéz.

Budapesten nyomottak az árak (2019 októberében pl. 10 ezer forintért lehetett naponta lakást bérelni), ezért szobát Budapesten már nem nagyon vesznek ki. Ma már az elsőrendű cél tulajdonosi oldalról, hogy minél „áramvonalasabban” működjön a dolog, és sok pénzt lehessen keresni. Ezt egészíti ki az interjúalany a saját vállalkozásának szlogenjével: „*Célunk, a digitális világban emberi kapcsolatokat építeni*” (Airbnb, 2019).

A vendégek és ezzel összefüggésben a lakások tekintetében, két jól elkülöníthető célcsoport van: az egyik csoportba azok a nagy lakások tartoznak, melyekben jellemzően legénybúcsúra érkező bulizós fiatalok szállnak meg (10+ férőhellyel), a másik csoportba, pedig azok a kisebb lakások, ahova városnézési céllal párok vagy kisebb baráti társaságok jönnek.

### **Bizalom és kockázat**

A sok lakást üzemeltető interjúalany a siker kulcsát abban látja, hogy „*Az időnket adjuk nekik... Az egész folyamat a fotózásnál kezdődik. Mára egy 11 oldalas pdf-et küldünk, amiben minden info benne van a lakásról és Budapestről (top öt hely Budán, top öt hely Pesten) és nemcsak a mainstream dolgok*” (Airbnb, 2019). A bizalom megteremtésének kulcsa, hogy mindenkit személyesen engednek be.

*A cég ugyan a „self check in” irányába próbálja „nyomni”, de én nagyon hiszek abban, hogy ha valakivel találkozol, az egy jó dolog, és abban is hiszek, hogy ha kapcsolnak egy szimpatikus arcot egy lakáshoz, akkor már nem akarnak kitolni veled, megkéred például, hogy ne dohányozzanak, és az más, mintha egy papírra írnád ki.* (Airbnb, 2019)

A vendégek kiengedését nem személyesen, hanem ún. kulcs-széfes rendszerben intézik, amely szintén a vendégek felé tanúsított bizalmat jelenti. A takarítónők feladata a lakás ellenőrzése és az értékelés elkészítése.

Fontosak a visszajelzések a bizalom kiépítése szempontjából, „*Mi minden lakásnál superhostok vagyunk...*”. Ha esetleg kialakul egy mikro-konfliktus, akkor azt próbálják gyorsan és rugalmasan kezelni, erre példa az online kialakuló mikro feszültség például a hiányos angol nyelvtudásból eredő félreértés miatt.

Lakáskiadási oldalról a kockázatot a nagyobb lakások jelentik, amelyekre az interjúalany szerint más szabályozás kellene, hogy vonatkozzon, mint a kisebb méretű lakásokra. „*A csoportdinamika ezekben az esetekben teljesen máshogy működik.*” (Airbnb, 2019).

A diszkrimináció kérdésére rátérve, az interjúalany fontosnak tartja megemlíteni, hogy nemcsak hogy nem kifizetődő a vendégek szelektálása, hanem nagyon meg is kell indokolni az elutasítás okát vendéglátóként.

<sup>27</sup> Újlipótvárosban például számos ilyen lakás működik Airbnbként



Az interjúalany által kezelt minden lakáshoz fel van töltve egy szívárványszínű zászló „All are welcome” felirattal. „Ez eleinte 1–2 hostnak nem tetszett, de már megbeszéltem velük. Egy francia tulajdonos többször leszedte a fotót, és mivel egyébként sem volt vele jó a munkakapcsolat, szétváltak útjaink...” (Airbnb, 2019). A másik interjúalany azt hangsúlyozza, hogy a házigazdáknak nincs döntési jogkörük: „nálam és majdnem minden házigazdánál instant booking van beállítva, bárki tud foglalni, nincs feltétel.” (Airbnb, 2020).

### **A koronavírus válság hatása**

A hirtelen kialakult keresleti sokk nagyon súlyosan érintette az Airbnb szektort 2020 tavaszán. Az interjúalanyok nem látják „fokozatokat” a vírusválság hatásában „Nincs értelme arról beszélni, hogy hogyan hatott, megszűntette a tevékenységet.” (Airbnb, 2020). A vírushelyzet miatt egy hét „átmeneti időszak” volt csupán 2020 márciusában a teljes megszűnés előtt. A lemondások kivétel nélkül a koronavírus és az ezzel kapcsolatos határlezárárok, és a repülőjáratok törlése miatt következtek be. A lemondások módja viszont változatos volt. „Valaki úgy elmesélte a koronavírusról, mintha valami újdonság lenne, volt, aki hezitált, hogy jöjjön, ne jöjjön... Érezhető volt, hogy bánkódnak.” (Airbnb 2020).

A sok lakást menedzselő interjúalany arról számolt be, hogy a lakások egy részét „karanténlakásnak” adták ki Magyarországra hazatérő magyaroknak, illetve sok vendég „kivárt” 2020 tavaszán, és nem törölték a 2020 június–júliusi foglalásokat. Az interjúalanyok szerint az Airbnb tulajdonosok legfontosabb túlélési stratégiája az átállás a közép- és hosszútávú lakáskiadásra volt: „Nem azt állítom, hogy éhen halok, hanem hogy más formában kellett értékesíteni a lakást, ami inkább a hosszú távú lakáskiadáshoz áll közel.” (Airbnb, 2020).

### **A közösségi gazdaság jelene és jövője**

Az egyik interjúalany megkérdőjelezte, hogy mennyiben tekinthető „közösséginek” az Airbnb jelen formájában, mivel véleménye szerint a cég az elmúlt időszakban jelentősen professzionalizálódott. Ezt a nézetet a többi – például a megosztáson alapuló közlekedést képviselő – interjúalany is osztja. Egyikük szerint az Airbnb már szinte olyan, mint a szállodaipar, csak lakás verzióban.

Interjúalanyaink inkább pesszimisták a budapesti Airbnb piac jövőjét illetően, egyikük már munkakeresésen gondolkodik. Azokat a korábban Airbnb-ként funkcionáló lakásokat, amelyeket ki tudtak adni 2020 tavaszán, áron alul kellett kiadniuk. Az interjúalanyok szerint sokáig fog tartani a visszarendeződés az eredeti állapotba, azonban ha ez nem sikerül, akkor el kell gondolkodni a hosszabb távú kiadáson vagy esetleg a lakások eladásán. A koronavírus válságot követő időszakot így látják: „Az amerikai és a távol-keleti turisták fognak hiányozni...A fiatalok fognak jönni, akik nem félnek utazni és rettentő érzékenyek.” (Airbnb, 2020). Illetve bíznak a hosszú távú lakáspiac iránti kereslet növekedésben is:

*Az volt talán a mentőöv, hogy akkor adjuk ki őket középtávon, és hogy talán meg fog növekedni az igény, hogy ahol együtt élnek generációk ott vagy az idősök védelmében vagy a fiatalok mobilitását elősegítendő, akkor majd kivesznek valamit nagyon olcsón.* (Airbnb, 2020)

### **Iroda- és munkamegosztás**

Az iroda- és munkamegosztó platformok esetében (ClickforWork, Weki és Kaptár) két utánkövetéses interjú készült a ClickforWork és a Weki képviselőivel. A ClickforWork profit alapon működő platform, míg a Weki nonprofit módon, addig a Kaptár mindkét jellemzőt ötvözve tartja fenn magát. Mindhárom platform a 2010-es években alakult. A legrégebbi múltra a Kaptár tekint vissza, míg a legfiatalabb, a ClickforWork mindössze négy éve működik. Mindhárom platformról elmondható, hogy öt vagy annál kevesebb fő működteti teljes állásban, míg a ClickforWork esetében olykor bevonódnak önkéntesek is.

A beszámoló alapján az alapítás fő motivációi a saját vállalkozás elindításának célja és az újonnan felmerülő igények felismerésének megvalósítása volt. *„Igazából szerintem a személyes igényem, tehát hogy mindig lemaradtam a helyi börzéről és mivel nem tudtam pótolni, így gondoltam csináljak egyet.”* (Weki, 2020).

A ClickforWork a platform megalapítása során arra törekedett, hogy valami újat hozzanak létre, amelyben a résztvevői igényeket rugalmasabban kiszolgálhatják (Sundararajan 2016):

*Ez egy új piac, egy új világ, amit mi meg akarunk teremteni az embereknek, nagyon izgalmas, nagyon sok sikerünk van, de nagyon sok kudarc is, úgyhogy járjuk az utunkat, törjük, törjük, úttörők vagyunk, és töretlenül hiszünk benne, hogy ettől jobb lesz a világ és az emberek majd rájönnek.* (ClickforWork, 2019)

A platformot képviselő személyek többsége főállásban foglalkozik a platformmal, míg a Weki esetében a bevétel az iroda fennmaradását biztosítja. Ez utóbbinál vannak jobb és vannak rosszabb hónapok, *„amikor annyi jön be, ami fedezi a bérleti díjat.”* (Weki, 2019)

### ***Az interjúalanyok által képviselt platformok részletes bemutatása***

A Kaptár platformját az interjúalany inkább profitorientáltként definiálta, amelynek van egy erős közösségi irányultsága, addig a másik két platform esetében inkább a közösségi élményen van a hangsúly. Mindhárom szervezetről elmondható, hogy valamilyen módon egyedivé igyekeznek tenni az általuk kínált szolgáltatást, így kiemelkedve a többi hasonló platform közül. A ClickforWork esetében az interjúalany szerint nem rendelkeznek versenytárral.

Az irodák esetében a felhasználók a közösség élménye mellett az iroda terét és különböző plusz helyiségeit, (konyha, kert vagy egy külön tárgyaló) vehetik igénybe, a munkamegosztó platformon pedig egy felnőtt személy igénye találkozik egy diákéval, amelyből létrejön a megbízás egy adott feladatra. Az irodák esetében az együttdolgozók (angolul: co-workerek) az interjúalanyok szerint általánosságban olyan személyek, akiknek nincs megfelelő terük a munkavégzésre, valamint vágyanak a munkaközösség érzésére, esetleg nem éri meg egy saját irodát fenntartani a saját részükre. Egyes felhasználók például azért választják a Wekit, mert megfelelő távolságra van egy tárgyalás esetén mindkét fél részére: *„Olyan helyet kerestek, ami mindkettőjüknek azonos távolságra van.”* (Weki, 2019).

A Weki és a ClickforWork esetében felmerültek nehézségek, amelyek a platform fenntartásának finanszírozásából és a nem megfelelő használatból eredtek.

### ***Bizalom és kockázat***

A fent említett nehézségekre a következő megoldásokkal reagáltak az említett platformok: a Weki mindig az aktuális helyzetre reagálva, folyamatosan alakítja a szabályzatát, míg a ClickforWork esetében privát chattal biztosítják a felhasználók adatainak biztonságát. Ez utóbbi, viszont azt a kockázatot rejti magában hogy lehetőséget ad a felhasználók platformon kívüli kommunikációjára, a platform elhagyására, mielőtt megegyeznének. Míg a Kaptár esetében csak egyoldalú lehetőség van a szolgáltatás értékelésére, addig a ClickforWork-nél a munkaadó és a munkavállalók is értékelhetik egymást. A ClickforWork esetében például a felhasználók között létrejön egy szerződés, amely alapján a felelősség őket terheli, így a platform ezen a ponton már mentesítve van ez alól. *„Kettejük közt feladat szerződés jön létre, tehát a kettejük jogviszonyában, munkaviszonyában mi történik és mi nem, az nem a platform feladata [...] a platform azért felelős, hogy az adatok, amik felkerültek a platformra az torzítatlan maradjon.* (ClickforWork, 2020)

A Weki esetében a már említett szabályzaton kívül az interjúalanyunk észrevételei szerint a felhasználók odafigyelnek egymás igényeire és igyekeznek mindenki számára biztosítani a megfelelő munkakörnyezetet:

„Általában mindenki érzi, hogy hol vannak a másoknak a határai, és mielőtt átlépné, megkérdezi, hogy lehet-e.” (Weki, 2019).

Az értékelések és a visszajelzések mind lehetőséget biztosítanak arra, hogy a platformok reagáljanak és közbelépjenek, ha szükséges. Az iroda megosztó platformok esetében nem merült még fel olyan probléma, amely komolyabb intézkedéseket igényelt volna. A ClickforWork esetében sem alkalmaztak még kitiltást. A rendszerbe beépült a pontrendszernek köszönhetően az esetlegesen alacsonyabb pontszámmal rendelkezők előbb-utóbb kiesnek a rendszerből, vagyis nem kapnak munkát, illetve ezzel az is biztosítva van, hogy bármikor előrébb léphetnek és egy-két negatív értékelés nem fosztja meg őket a következő munkavállalás lehetőségétől. „Olyan is volt, hogy nem ment ki a diák, akkor mondtuk, hogy adjon olyan értékelést, ami visszajelzést ad a többi felhasználónak, hogy ezt a diákot, ha lehet ne, és aztán szépen ő kikopik, tehát mi semmi retorziót nem próbáltunk.” (ClickforWork, 2020).

### Élelmiszermegosztás

Az élelmiszermegosztással foglalkozó platformok a megosztás-áruccsere kontinuumát szinte teljes terjedelmében lefedik. Ebben a részben elsőként azokat a szolidaritásra épülő szervezeteket mutatjuk be, amelyek rászoruló csoportoknak (hajléktalanok, kismamák) nyújtanak segítséget nonprofit módon.

A Budapest Bike Maffiát 2011-ben, a Komatálat működtető Anyahajó Anyaközpont Egyesületet pedig 2015-ben jegyezték be, de története régebbre nyúlik vissza. A Komatál közösség a József Attila lakótelepen élő olyan kisgyerekes családok közössége, akik olyan családoknak segítenek, ahol újszülött van a családban.<sup>28</sup> Az interjúalany szerint vannak olyan tagjaik is, akik csak főznek, de nem vették igénybe a szolgáltatást, őket az altruista segítségnyújtás vezérli, „ők azért vesznek részt, mert egyszerűen szeretnének adni” (Komatál 2019). Változó, hogy ki meddig kéri az ételt, a 3–4 hét átlagosnak mondható.

A részvétel motivációja az interjúalany szerint alapvetően a kölcsönösség, de megjelenik az altruista segítségnyújtás is, amely a Budapest Bike Maffia (BBM) esetén még hangsúlyosabb. A BBM elsősorban önkéntes munkára és egyirányú segítségnyújtásra épül, a csapathoz tartozás érzése és a tenni akarás jelenti a motiváló tényezőket. „Aki kicsit aktívabb akar lenni az életében valószínűleg az választ ilyen szervezetet” (Budapest Bike Maffia, 2019).

A segítő szándék mellett az elejétől fogva jelen volt a szolidaritás és társadalmi érzékenység felébresztése is. „A lényeg a segítségnyújtás volt, és jött hozzá egy szubkulturális elem, ami a bringa. Úgy tudtunk segíteni embereknek, hogy közben bringáztunk a városban, hát ez a legkirályabb volt!” (Budapest Bike Maffia, 2019).

Az alapítókban erős volt a rendszerellenes szemlélet, amit a „maffia” elnevezés is kifejez. A bringás háttérrel pedig az alapító szerint együtt jár a fenntarthatósággal, környezeti kérdésekkel kapcsolatos tudatosság. Eleinte a működési módjukkal kevésbé volt összeegyeztethető a profizmus, a profi szervezeti működés, de idővel ebbe az irányba mozdultak el. A 2011-es karácsonyi „akcióból” (spontán elkészítettek és kiosztottak kb. 100 szendvicset karácsony este) nőtte ki magát a Budapest Bike Maffia, amely 5 éve bejegyzett szervezetként végez segítő tevékenységet közel 80 önkéntes bevonásával. Fontos szervezeti döntés volt, hogy ha valaki pénzt kap a BBM-ben végzett munkájáért, akkor mellette kell valamit önkéntesen is vállalnia a szervezeten belül. 2019-ben egy 11 fős stáb koordinálta a 12 futó projektet, melyből 10 ember kapott részmunkaidős fizetést. Fő tevékenységük az adománygyűjtés és a rászorulóknak kerékpárral történő ételadagok kiszállítása. A legrégebbi,

<sup>28</sup> De kivételes esetekben olyan családok is kaphatnak támogatást a közösségtől, akik más miatt szorulnak átmeneti segítségre. (például volt egy család, akiknek leégett a konyhája, és akkor átmenetileg főztek nekik).

legismertebb és legnagyobb erőforrásokat megmozgató projekt a *Vitaminkommandó* (akció minden hétfőn és csütörtökön). De például a *Seeds for Hope* elnevezésű új projekt is fontos, ami az agglomerációban lévő hajléktalanszállókban való kertek létesítéséről szól. A *Sweet Home* projekt keretében pedig lakhatáshoz köthető segítséget is (pl. önkormányzati bérlakások gazdaságosabbá tétele) nyújtanak.

A támogatásokon és az adományokon kívül bevételi forrást jelentenek számukra a cégeknek nyújtott csapatépítő tréningek.

*Mondjuk, úgy kezdődik, mint egy kerti party, van egy nagyon szabad és laza főzős valami, üstben főzünk. Előtte van egy másfél órás érzékenyítő előadás, amin bemutatjuk a Bike Maffiát, de hogy az előítéletekről beszélünk általában. Nyilván a hajléktalanság benne van, vagy azon a tükrön keresztül nézzük, viszont nagyon fontos az, hogy a mindennapi előítéleteinket kezdjük el vizsgálni.* (BBM, 2019)

A lakásétermek esetén is kiemelten fontos a közösségi élmény, bár teljesen más logikára épülnek, mint az előbb bemutatott élelmiszer megosztással foglalkozó platformok. Ahogy az egyik budapesti lakáséttermet vezető interjúalany fogalmaz *„Ez valahol egy jól szervezett házibuli és egy étterem között van.”* (Celebrate Food, 2019).

A lakáséttermet megálmodó három tulajdonos – az egyikük séf, a másikuk grafikus, a harmadik tulajdonost pedig az interkulturális tematika érdekelte – 2019-ben munka mellett, „önkéntesen” szerveztek interkulturális tematikájú alkalmakat. *„Alapvetően ez mindenkinek a hobija, amiben olyan dolgokat él ki, ami az alapvető nappali munkájából hiányzik.”* (Celebrate Food, 2019).

A lakásétterem helyszínéül az egyik tulajdonos belvárosi polgári lakása szolgál. Az eredeti koncepció szerint egy vacsorán 8 ember vesz részt, őket tudják ugyanis kényelmesen leültetni. A gyakorlatban azonban úgy alakult, hogy emelkedett a létszám 12-re, ami *„sokkal stresszesebb, de visszahozza az árat.”* (Ki mondja?) A vacsorák 4–5 órán át tartanak, az étel mellett a résztvevők kapnak egy, a vacsorához, az adott országhoz vagy ünnephez köthető apró emléket. A vacsora több fogásból áll, a fogások közben a szervezők játékokkal, kvízzel készülnek.

A Celebrate Food vacsorák résztvevői általában 28–40 év közöttiek, budapestiek és az interjúalany „középosztályi” státusszal jellemezte őket. A vacsorák általában kétnyelvűek, ez attól is függ, hogy a vendég, aki az adott kultúrát képviseli, beszél-e magyarul. A résztvevők szeretik a minőségi konyhát, és alapvetően nyitottak más kultúrákra. Az interjúalany szerint az is fontos, hogy nem okoz nekik gondot az 5000 forintos „kvázi” részvételi díj kifizetése. *„Van, aki úgy jön, hogy volt már korábban lakáséttermen, és szereti a műfajt, hogy kötetlenül lehet emberekkel beszélgetni, ismerkedni... Azt vesszük észre, hogy a vendégek körülbelül 60% állandó mag, és visszatér.”* (Celebrate Food, 2019).

Végül a „termelőtől a fogyasztóig” típusú szolgáltatásokat nyújtó platformok tevékenységének egyik legfőbb jellegzetessége, hogy a zömében vidéki termelőket kötik össze nagyvárosi fogyasztókkal. Az általunk elemzett platform (Nekedterem) fő célkitűzése, hogy szigorú szakmai szempontok szerint szelektált beszállítói kör (pl. Élő Tisza Szövetség) termékeit juttatják el Budapestre (ún. farm-to-fork szolgáltatás).

*Olyan kisgazdaságokkal működünk együtt, akik kíméletes eljárással gondozzák terményeiket. Alapos munkával olyan speciális kritériumrendszert alakítottunk ki, melynek köszönhetően csak a legjobb termelők termékei kerülnek az asztalra, ráadásul termelőinkkel a lehető legközvetlenebb kapcsolatot alakítjuk ki, melynek eredményeként termékeik megvásárlása és értékesítése a lehető legzökkenőmentesebben, mindkét fél számára kedvezően, tisztességesen zajlik.”* (Nekedterem 2019).

Sikerüket a platform egyik vezetője a „házhozszállítás, biotermékek, tudatos vásárlás” hármásban látja. Fontos továbbá a személyes kapcsolattartás kialakítása a vevőkkel, és a különböző ösztönzők és kedvezmények „bevetése” a törzsvásárlói kör kialakítására.

### *Az élelmiszermegosztáson alapuló platformok általánosságban*

A Komatál egyik megálmodója szerint nem igazán gondolnak magukra mint közösségi gazdaság szereplőire. Egymás segítése, a közösség működtetése a fő szervező elvük. Az interjúalany szerint a komatál intézménye még leginkább egyházi körökben működhet, és kicsit ennek mintájára építették fel ők is. Az Anyahajó alapelve, egy támogató közösség megteremtése a családok számára, ahol megoszthatják egymással tapasztalataikat, problémáikat.

A *Celebrate food* szervezői sem úgy azonosítják a lakáséttermet, mint egy megosztáson alapuló kezdeményezést. Maga a lakásétterem ötlete magában hordozza számukra, hogy ez egy közösségi dolog, de az interjúalany elmeséléséből inkább egy közösségi célokkal is bíró „vállalkozás” rajzolódott ki, mely egyelőre nem nyereséges. A résztvevőktől összegyűjtött pénz alapvetően az anyagköltségeket fedezi, ezen kívül még nyomtatási költségek, ajándékok hozzávalói merülnek fel kiadásként. A szervezet alapítója adja a helyszínt, ami a saját lakása, így minden eszközt is ő ad hozzá az estekhez (asztal, evőeszközök stb.) A szervezők „önkéntes energiákból” tartják fenn a lakáséttermet. Idejüket, tudásukat és lakásukat osztják meg. A résztvevők egy számukra ismerős/barát vagy ismeretlen lakásában sokszor félig ismerősökkel, ismeretlenekkel osztoznak a vacsoraasztalon és a lakásétterem élményén.

Az általunk megkeresett két termelőtől-az-asztalra szervezet számos ponton eltér egymástól. Míg a Szatyorbolt újszerű bevásárlóközösséggént illetve társadalmi vállalkozásként definiálja magát, a Nokedterem ugyan szintén egy vásárlói közösség építését tűzte ki célul, a platform inkább a termékekhez való hozzájutás hatékonyságát hangsúlyozza, amit a házhozszállításon keresztül valósítanak meg. A két szervezet beszállítói köre részben átfed, a helyi termelők támogatása, a környezettudatosság, a felhasznált csomagolóanyagok minimalizálása mindkét szervezet esetében alapelvek, a Szatyorbolt esetében kulcsfontosságú.

A Nokedterem céget 2012-ben alapították, a cél a „doboz” rendszernél (a „fix dobozokra” épülő bevásárlóközösségek) rugalmasabb rendszer megvalósítása volt. Folyamatosan fejlesztették és bővítették a szolgáltatásokat: eleinte csak zöldségekkel és gyümölcsökkel foglalkoztak, majd jöttek a kézműves sajtok, különböző pékáruk, tisztító és mosószeres, és 2019 eleje óta tőkehúst is árulnak. 2019 nyarán Budapestre és környékére szállítottak, 2020 nyaratól kibővítették a kiszállítási körüket: a Balaton és a Velencei tó környékére is szállítanak. Az irodában hárman, a konyhában öt csomagoló dolgozik és a rendeléseket hat kiszállító viszi ki. „A Nokedterem nem csupán webshop, hanem gasztrobloggerek szezonális receptjei, ajánlásai is megtalálhatók ... A bizalom, a személyesség, és a jó minőségű termékek a működésünk kulcsa” (Nokedterem, 2019).

A Szatyorbolt esetében különösen hangsúlyos a közösségi, sőt a „mozgalmi” jelleg. A működési alapelveik között is önálló pontként szerepel a közösség. Az interjúalany szerint öt alapelv mentén építették fel a vállalkozást: (1) helyi, (2) idény, szezonális zöldség-gyümölcs, (3) minősített biogazdálkodásból, kíméletes gazdálkodásból származzon az élelmiszer, tudjuk, honnan jön, ismerjük az „arcot a paradicsom mögött”; (4) csomagolás- és élelmiszerhulladék csökkentése; (5) közösség.

A Szatyorbolt 2012 elejétől működik jogilag, de előtte informális csoportként már 4 éve működött, így mára egy 10 éves „mozgalomról” beszélünk. Van egy civil lába is a kezdeményezésnek: Szatyor Egyesület – ez előbb volt, mint a bolt és főleg szemléletformálással foglalkozik; tulajdonképpen ennek egy megvalósulása maga a bolt. A vevők a zöldség-gyümölcs és egyéb élelmiszer rendeléseket (tejtermékek, pékáru) egy webolda-

lon tudják leadni, és azt továbbítják a gazdának. Önkéntesek (4 fő) és a fizetett dolgozók (2-5 fő) szortírozzák a rendeléseket, csütörtök az átvételi nap. „A modell egyik lényegi eleme, hogy a gazdának jó, hogy az ő beletett munkája nem a kukában végzi azáltal, hogy a tényleg elfogyó mennyiséget rendelik, előre tudják, hogy mekkora az igény az átvevők részéről”. (Szatyorbolt, 2019),

Összehasonlítva a Nekedterem és a Satyorbolt működésének alapját, a Satyorbolt esetében hangsúlyosabb a közösségi mezőgazdálkodás filozófiája. Ennek lényege, hogy nem a szükséglet, azaz a vásárló, hanem a termelők, gazdák (kínálat) oldaláról szerveződik. „Például ha egy termelőnek van 2 hektár földje, az nagyjából 50 családnak, ami itt megterem és beteszem a terményeket dobozokba – a terményt, ami a gazda földjén megterem, azt kapja a vásárló.” (Szatyorbolt, 2019). A Satyorbolt törekszik arra, hogy minél szélesebb legyen a kínálat (összesen 50–60 termelővel állnak szerződésben), mert a kínálati oldal támogatása mellett a keresleti szükséglet is fontos eleme a modell fenntarthatóságának. Ehhez kapcsolódik, hogy a munkában önkéntesek is részt vesznek, a fizetett munkatársak mellett, ők is szortírozzák a beérkezett árut.

Másik fontos különbség, hogy míg a Satyorboltban fix átvételi nap van, melyen a vásárlóknak be kell menniük a Satyorbolt budapesti átvevőpontjaira, a Nekedterem viszont alapvetően házhozzállításra építette a szolgáltatását.

#### *A koronavírus okozta válság hatása az élelmiszer megosztáson alapuló platformokra*

Az általunk megkeresett öt szervezet közül, a Nekedterem és a Budapest Bike Maffia vezetőivel készült utánkövetéses interjú 2020-ban.

A Nekedterem forgalomnövekedést tekintve egyértelműen a koronavírus válság időszakának „nyertesének” tekinthető. 2020 március közepe és május eleje között nagyjából megháromszorozódott a forgalmuk, amit az időszak elején nehezen tudtak teljesíteni. A kezdeti nehézségeket követően mind a beszállítók (mivel sokan éttermeknek szállítottak, és felszabadultak kapacitások) mind a szervezet kiegészítő munkatársai tekintetében megnőtt a kapacitás. Ugyanakkor, a céges kiszállítás nagy kiesést jelentett számukra, és várhatóan ezek a rendelések a home office és a nyári szabadságok miatt legkorábban 2020 szeptemberében térnek vissza. Mivel jelentősen megnőtt a házhozzállítás iránti kereslet, ezért gyorsan bővítették a kapacitásokat (online rendelések kezelését célzó fejlesztések), és plusz munkaerőt vettek fel. A régi kiszállítók is visszatértek, úgyhogy a szállítási, csomagolási kapacitással nem volt gond, a raktárban viszont nem fértek el. „Ez egy gyors tanulási folyamat volt, bevezettük például, hogy heti kétszer fix időpontban nyitottuk meg a rendelési felületünket, melyek kb. 30 perc alatt beteltek.” (Nekedterem, 2020). A cég érzékelte a megnövekedett munkaerő piaci kínálatot is.

*Volt olyan nap, hogy hatan hívtak fel, hogy jönnének kiszállítani. Akik hirtelen elvesztették az állásukat: ismerős ismerőse, vendéglátásban dolgozó taxis, külföldről hazatért diák. Vagy gyorsan be kellett zárnia valakinek az üzletet, és felhívott hogy csinálna valamit, mert nem tud otthon ülni.* (Nekedterem, 2020)

Bár a Budapest Bike Maffia szolgáltatásaira is megnőtt az igény, át kellett szervezniük a működésüket a megváltozott helyzet miatt. Egyrészt a megbeszéléseket és az operatív működést áttették az online térbe, másrészt azokat a tevékenységeket, amelyek eredetileg zárt térben zajlottak, átszervezték kintre. „Ki kellett menni az utcára, mert óriás igény volt rá.” (BBM, 2020). 2020 tavaszán több projektet is le kellett állítani, és az önkéntesekkel való együttműködést fel kellett, hogy függeszték. Inkább az adományok koordinálására álltak át és az intézményekkel való szervezett együttműködés kialakítására. „Leállt az ételmentés, nem voltak rendezvények, bezártak az éttermek, bezártak a sulik, ahol a plusz egy szendvics programot csinálják... Át kellett állni egy sokkal óvatosabb, egy sokkal bonyolultabb, egy megváltozott munkára.” (BBM, 2020)

Feltételezéseink szerint a koronavírus hatására mindegyik típusú élelmiszer-megosztásra megnőtt az igény, kivéve a lakásétteremre a szolgáltatás jellege miatt (zárt térben működő, nem létszükséglet kielégítése), melyet ráadásul a kijárási korlátozás sem tett lehetővé 2020. április eleje és május közepe között.

Az elsősorban piaci alapon működő szervezetek (Netpincér és Wolt) pedig egy olyan hirtelen megnövekedett keresletre reagáltak melyet a kijárási korlátozás (Budapest 2020. április 18. és május 18. között), és az éttermek által kínált szolgáltatások korlátozása generált.

### ***Mekkora a bizalom és milyen kockázatot vállalnak a felhasználók?***

A Komatál esetében, mivel egy lakótelepi kezdeményezésről van szó, ahol az emberek nagyjából ismerik egymást, az anyukák nagy része jelen van a fórumokon, különösebben nem kell promotálni a kezdeményezést. Összeköttetésben vannak a helyi védőnőkkel, mely tovább növeli a bizalmat a szervezetben. Mivel melegétel a megosztás tárgya, a fő kockázat is az étellel kapcsolatos. A kapcsolatfelvétel után fontos, hogy a jelentkezőknek elkérjük az ételérzékenységét, preferenciáit, hogy hány adag ételt kér, hány napig. Ezeket az információkat a szervezők a belső listákon osztják meg, és szervezik meg a kiszállítást.

Az ételen keresztül a fiatal családok figyelmet, törődést adhatnak egymásnak: „Az a két jó szó is jól esik, hogy 'Hello, megvagytok?'” (Komatál, 2019). A kockázat szempontjából mást jelent az ételt *főzni* és az ételt *elfogadni*. Az interjúalany szerint elfogadni az igazán „bizalmi dolog”, ezért is van, hogy az Anyahajó viszonylag zárt csoportján belül működik a kezdeményezés. Egy csoporton kívüli családban a lakótelepen hármaskörök születtek, és egy anyahajós odament hozzá, hogy felhívja a figyelmét a komatálra, de a család nem élt vele. „Utcáról leszólító módszerrel ez biztosan nem működne.” (Komatál, 2019).

Fontos továbbá hangsúlyozni, hogy a Komatál nyitott más etnikumú, külföldi résztvevők felé is, de nem sikerült még bevonni őket a kezdeményezésbe: „Nyitott az Anyahajó, de valahogy nem kerülnek be. Pedig laknak görögök meg arabok is a lakótelepen, de őket ez valamiért nem érdekli.” (Komatál, 2019).

Működésük elején, 2011 környékén a BBM esetén is „problémát” jelentett, hogy a bringás segítők elfogadtassák magukat a hajléktalan emberekkel, de rövid idő után sikerült megismertetni magukat velük. „A hajléktalan emberek ismernek minket, és ha egy bringás hozzájuk odamegy, az általában valami jót jelent.” (BMM, 2019). A hajléktalan ellátásban dolgozó szervezetekkel folyamatosan épült a bizalom. A BMSZKI (Budapesti Módszertani Szociális Központ és Intézményei) ma a BBM egyik legfontosabb partnere. „Most már nem a partról integető hülye civilek vagyunk, már elnézést a kifejezésért, hanem egy olyan szervezet, amelyik ténylegesen tudja segíteni az életüket a rohadtul segítségre szoruló embereknek meg szakmáknak is amúgy.” A BBM 41 iskolával van kapcsolatban, és ezeket a kapcsolatokat az alapító problémamentesnek látja.

Mivel a lakásétterem a szervezők személyes ismeretségi körein alapul, az interjúalany nem lát lényeges kockázatot a rendszerben. Nincs olyan résztvevő, aki ne lenne valamelyik szervező esetében egy ismerős ismerőse, így az nem okoz gondot, hogy valaki másnak a lakásán, más által készített ételt fogyasszanak. Az alapítóról lehet tudni, hogy kvalifikált séf, ez további garanciát jelenthet a résztvevők számára.

*Alapvetően az emberek, mivel többnyire a barátaink, toleránsak. De lehetnek bakik... Az az egyik vízvonalasztó, hogy ki az, aki eljön és ki az, aki nem, merthogy ez rengeteg toleranciát feltételez az emberek részéről. Ebben az egészben én vagyok a pincér, és én béna vagyok, úgy tálalok fel egy ételt, ami egy normális étteremben elfogadhatatlan lenne. (Celebrate Food, 2019)*

A résztvevőknek a személyes visszajelzésen túl a Facebook oldalon van lehetőségük a lakáséttermi élményeik értékelésére. Eleinte terveztek visszajelzési kérdőívet csinálni, de mivel eleve az ismerőseik jönnek, maguktól is adnak visszajelzést.

A farmtól-az-asztalra típusú szolgáltatások esetében a bizalom alapja a jó minőségű termékek kínálata, a személyes ügyfélkezelés, és jóváírási rendszer (amennyiben nem megfelelő állapotban érkezik egy termék, jóváírják az árát) és az, hogy a termelők, beszállítók egy része megismerhető a honlapról.

#### *Az élelmiszermegosztás múltja, jelene és jövője*

A Komatál esetén nem igazán releváns kérdés a növekedés. Ahogy korábban írtuk szívesen bevontak volna külföldieket, de mivel nem volt nyitottság, „elengedték” a céljaik közül. A Celebrate Food egyelőre nem tervezi, hogy növeli a vacsorák rendszerességét, egy lehetséges növekedési út lehet az online tartalomgyártás (receptek), melyet a Patreon platformján lehetne támogatni. *„Be lehetne vonzani több embert, de hova, nem tudjuk, hogy hol landolnának. Nincs egyelőre kapacitás... Szeretnénk egy könyvet csinálni belőle... Közösségi finanszírozásban valósulna meg.”* (Celebrate Food, 2019)

A Budapest Bike Maffia folyamatosan új projekteken dolgozik, és igyekszik erősíteni piaci „lábát”, csapat-építő tréningeken keresztül. Szakmai szempontból is egyre professzionálisabb működésre törekszenek.

A Redinner mellett a BBM fontos szereplője az „uberization of restaurants vagy food”-ként is leírható jelenségnek, melynek lényege, egyrészt az élelmiszer-pazarlás elleni küzdelem, másrészt a megmaradt étel szétosztása a rászorulóknak között. A jelenségnek egy másik megnyilvánulási formája, hogy az éttermi szolgáltatásban a helyben fogyasztás szerepe csökken, és nő a házhozszállítás jelentősége (UberEats, Wolt). Ezek az étel (újra)elosztási folyamatok, tipikusan egy mobil applikáción keresztül valósulnak meg, mely hatékonyan és gyorsan összeköti a kínálati oldalt (éttermek) a kereslettel (vevők illetve rászorulóknak vagy az őket támogató civil szervezetek). Ennek a kevesebb offline interakciót igénylő szolgáltatás terjedésének nyilvánvalóan jelentősen kedvezett a koronavírus válság.<sup>29</sup>

A Nokedterem házhozszállítási szolgáltatásai hirtelen megnőtt a kereslet, ugyanakkor számos új konkurenciájuk lett a vírusválság kapcsán<sup>30</sup>. A kapacitás bővítés és a megnövekedett forgalomra adott üzletpolitikai döntés eredményeképpen egy nagyobb rakterű helyre költöznek, amely boltként is fog működni. Az interjúalany szerint, ugyanis aki igazán környezettudatos, az a házhozszállítás helyett más megoldást keres: *„Valakinek nem tetszik ez a házhoz-rendelési forma, ezért bővítjük a szolgáltatásokat, átvevő pontos megoldással, illetve bolti kiszolgálással.”* (Nokedterem, 2020).

29 Ennek a jelenségnek a holland példájának részletesebb ismertetését lásd pl. Jasper van Tilburg (2017) illetve IFCO, 2017.

30 Ezek közül a legfontosabb a kifli.hu, mely 2020 januárban indult, cseh befektető áll mögöttük, illetve a Limekirály nagykereskedő, emiatt olcsóbb, mint a Nokedterem. Ezenkívül az Ittaszezon (<https://www.ittaszezon.com>) említette még az interjúalany, mint jelentős konkurenciát.



## Szomszédsági platformok<sup>31</sup>

A szomszédsági platformokban közös jellemzője, hogy egymáshoz közel élő embereknek nyújt lehetőséget kapcsolatépítésre, segítségnyújtásra, és információcserére. A segítségnyújtás során sok esetben a saját tulajdonban lévő eszközök kerülnek eladásra, illetve kölcsönadásra, így ebben az esetben a személyes és az üzleti viszonyok összerosódnak ezeken a platformokon (vö. Sundararajan 2016).

A szomszédsági platformok körében két alap és két utánkövetéses interjú készült, a Miutcánk és az Átalakuló Wekerle nevű platformok képviselőivel, amelyek egyaránt nonprofit elven működnek. A Miutcánk nevű szomszédsági platform a 2010-es évek közepén alapították, míg az Átalakuló Wekerle tizenkét évnyi közösségi munka eredménye. A Miutcánk platformját két fiatal fejlesztette a kezdeti szakaszban munka mellett, majd egy nagyobb támogatás elnyerése után bővítették: így jött létre egy 2019-ben 47 ezer felhasználót tömörítő oldal, ahol az egymáshoz közel élő emberek megtalálhatják és segíthetnek egymásnak. Ezzel szemben az Átalakuló Wekerle egy területileg szűk térben, a budapesti Wekerle-telepen működő szerveződés. A telepen élők által szervezett programok közül a Garázsvásár projekt a helyi gazdaság életére is befolyást gyakorló fesztivállá nőtte ki magát. Emellett szerveznek még babaruha börzétet, kézműves vásárokat és ruhacserétet is, valamint működik egy közösségi iroda is, amelyről bővebben az iroda megosztó platformok bemutatásánál írtunk.

### *A szomszédsági platformokról általánosságban*

A Miutcánk képviselője szerint, aki egyben társalapító is, a platform azért alakult, mert szerették volna, ha a szomszédok megismerésével szorosabb közösségek jöhetnek létre városokban is ahhoz hasonlóan, mint amit vidéken is tapasztalhatnak az emberek. Egymás megismerése mellett pedig, egymást segítségét és eszközeit is igénybe vehetik, amely hozzájárul ahhoz, hogy az emberek felismerjék a közösség gazdaság és a tulajdon megosztásának pozitív oldalát.

A Wekerle telepen az ott élő összetartó közösség tette lehetővé, hogy a különböző közösségi rendezvények átalakuljanak és egy szomszédsági platformmá nőjék ki magukat. Az interjúalanyunk, aki a garázsvásár aktív szervezője személyes igénye miatt kezdte el szervezni az első alkalommal.

Az első garázsvásár és elődei megszervezése mögött személyes és külföldi példák okok állnak: *„Igazából szerintem a személyes igényem, tehát hogy mindig lemaradtam a helyi börzéről és mivel nem tudtam pótolni, így gondoltam csináljak egyet.”* (Wekerle, 2020).

A Miutcánk szakértője szerint az oldal könnyen kezelhetősége és használhatósága lehet az egyik tényező, ami hozzájárul a felhasználók számának növekedéséhez. Az oldal használói véleménye szerint általában olyan emberek, akik nyitottak és kíváncsiak más emberekre, mindemellett pedig fontos számukra a környezetük védelme. *„A Miutcánk egy közösségi oldal szomszédoknak, azzal a céllal jött létre, hogy a szomszédok ismerjék meg egymást. Helyben meg lehessen oldani minél több problémát, hogy bizalmi szomszédságok jöhessenek létre.”* (Miutcánk, 2020).

### *Bizalom és kockázat*

Interjúalanyaink egyetértettek abban, hogy a bizalomnak kulcsszerepe van a platform működésében. A felhasználók nemcsak egymás felé vannak bizalommal az igénybevétel során, hanem a működtetők felé is. A Miutcánk képviselője szerint a bizalmat legfőképp azzal tudják biztosítani, ha technikailag rendben működik

<sup>31</sup> Budapesten számos kerületnek van informális, pl. szülők, családok részére létrehozott facebook oldala (pl. ÚSZB 2400 főt számláló Újlipótvárosi Szülők Baráti közössége, vagy 2. kerületi anyukák 3600 fős csoportja), interjúinkhoz olyan csoportokat választottunk ki, melyek működésének alapja egy önálló online platform.

az oldal és probléma esetén fordulhatnak az üzemeltetőkhez a felhasználók segítségért. „A bizalmat fel kell építeni és ez az egyik olyan dolog, ami kulcsfontosságú és ugye tudunk bizalmat teremteni azzal, hogy maga a platform vagy alkalmazás megbízható, főleg ilyen technikai dolgokat jelent.” (Miutcánk, 2020).

A Wekerle keretein belül zajló rendezvények általában egy főszervező kezében összpontosulnak, aki felé mind a résztvevők, mind pedig a vele együtt dolgozók bizalommal fordulnak és működnek együtt, a hosszú évek során kialakult rutint és szabályrendszert figyelembe véve.

### **Közösségi gazdaság jelen és jövő**

A Miutcánk és az Átalakuló Wekerle képviselője is úgy gondolja, hogy a 2020-ban jelentkező vírushelyzet a jövőben is befolyással lesz a közösségi gazdaság alakulására. A Miutcánk képviselője úgy gondolja, hogy a közösségi gazdaság fontossága és szerepe továbbra is megmarad, illetve népszerűsége növekedhet is: „Szerintem jobb lesz, de azért az a kérdés, hogy mennyire van éppen vírus helyzet” (Miutcánk, 2020). A Wekerle képviselője is hasonlóan nyilatkozott: „Hát ugye, sokszor minden megváltoztatható ilyen téren, mert ha nem lett volna, akkor azt mondanám, hogy abszolút igény rá, de az emberek rájönnek, hogy nem kell mindent tulajdonítani, hanem használhatnánk közösen is.” (Wekerle, 2020).

### **KÖVETKEZTETÉSEK**

Feltáró célú kvalitatív kutatásunk a budapesti (vagy budapesti központú, de országos) közösségi gazdasági alapon működő cégeket, szerveződések, közösségeket igyekezett feltérképezni. Míg a legtöbb általunk idézett kutatás a *felhasználói* oldalról közelítette meg a témát, jelen kutatásban a platformokat *működtető* illetve a *szakértői* szempontokra került a hangsúly. Írásunk tehát hiánypótló ebből a szempontból. Mivel nemcsak a nézőpontunk, hanem az általunk alkalmazott módszer (kvalitatív vs. kvantitatív) is eltér az általunk vizsgált kutatások többségétől, korlátozottan vethetők össze eredményeink.

A CouchSurfing közösség sikerét vizsgáló kvalitatív kutatás (Dén-Nagy–Király 2014) a bizalommal kapcsolatos megállapításait megerősítette a kutatásunk: mind a szakértők, mind a felhasználók többsége szerint az online bizalom megteremtése kulcskérdés a közösségi gazdaság sikeres működése szempontjából. A 2. táblázatban összefoglaltuk az elemzés főbb szempontjait szektoronként és platformonként.

A táblázatból és a kvalitatív elemzésünkéből is jól látható, hogy sok közös pont van a megosztáson alapuló platformok között még akkor is, ha szerteágazó a tevékenységük és nagyon eltérően működnek. A fenntarthatóság például fontos szempont akár a környezeti aspektusát, akár a gazdasági aspektusát nézzük. Az interjúalanyok többsége hisz a közösségi gazdaság fontosságában. Úgy gondolják, hogy a következő generációknak ez a jövője, azonban vannak olyan esetek, ahol már elkezdtek felismerni az árnyoldalait is. A közösségi gazdaság résztvevői általában környezettudatos személyek, akik törekednek a fenntarthatóságra.

A koronavírus hatása különbözőképpen hatott a platformokra. Míg az élelmiszer-megosztás több szegmense virágzásnak indult, a közösségi közlekedés megosztott, az irodamegosztásra és a szállásmegosztásra pedig negatívan hatott a válság. Ami az irodamegosztást és a közlekedést különösen érinti, az a távmunka elterjedése<sup>32</sup>, mely hosszútávon kedvezően hat a fenntarthatóság több aspektusára is.<sup>33</sup> Budapesten a koronavírussal párhuzamosan, de attól függetlenül is elindult egy zöldebb, fenntarthatóbb, közösségi alapú gondolkodás (a vá-

32 Nemzetközi szinten: <https://www.forbes.com/sites/michaelbernack/2020/03/16/remote-work-and-best-practices-the-coronavirus-workplace-series/#6f00a867769c>

Magyar viszonylatban: <https://www.hrportal.hu/hr/bevalt-a-tavmunka-a-hazai-cegeknel-20200625.html>

33 <https://www.workflexibility.org/remote-work-supports-un-sustainable-development-goals/>

rosi és kerületi szintű politikában), mely kedvez(het) ezeknek a kezdeményezéseknek. Az Airbnb lakáskiadással kapcsolatos korlátozások önkormányzati hatáskörbe sorolása (Portfolio 2020), szintén a helyi lakosok védelmét szolgálja még akkor is, ha a kínálati oldalról nézve sok szempontból korlátozza a lakástulajdonosok szabadságát.

Ami a szerveződést illeti, a nagyobb, szervezettebb infrastruktúrát igénylő, többségükben nemzetközi platformok óhatatlanul elmozdulnak a piacosodás felé (pl. Lime, Airbnb, GreenGo), míg a szolidaritás inkább a kisebb közösségi, informális szerveződésekénél játszik növekvő szerepet (Miutcánk, Budapest Bike Maffia, Komatál).

2. táblázat. Az elemzés főbb szempontjai szektoronként és platformonként

	A megosztás tárgya(i)	A működés gazdasági alapja	Értékek	Koronavírus válság hatása(i)	Rendszer-garanciák
<b>Közlekedési platformok</b>					
Bubi	Közbringa	Közszolgáltatás, nonprofit	Gyors, elérhető és fenntartható mobilitás	Jelentősen nőtt a forgalom	Pénzügyi tranzakció, kaució, közszolgáltatás
GreenGo	Elektromos autó	For-profit	Elérhetőség, fenntarthatóság	Csökkenő kereslet	Pénzügyi tranzakció, biztosítás
Lime	Elektromos roller	For-profit	Egyszerű és elérhető mobilitás	Csökkenő kereslet	Pénzügyi tranzakció, biztosítás
Oszkár	Telekocsi	For-profit		Csökkenő kereslet	Értékelési rendszer
<b>Szállásmegosztó platformok</b>					
Airbnb	Ingatlan (lakás, szoba)	For-profit	közösségi élmény; Multikulturalitás; utazás, (turizmus, rövidtávú lakhatás)	Erőteljesen negatív hatás	Értékelési rendszer; Személyes beengedés
<b>Iroda- és munkamegosztó platformok</b>					
ClickforWork	Hirdetések	For-profit	Egyszerű, jól körülhatárolt feladatok	Meg kellett szüntetni a tevékenységet	Felhasználók értékelése
Kaptár	Iroda (helyszín)	For-profit	Megfelelő munkakörnyezet biztosítása	Átmeneti negatív hatás	Értékelési rendszer
Weki	Iroda (helyszín)	Piaci alapú, de nem a profittermelés a cél	Közösség és munkakörülmények biztosítása	Meg kellett szüntetni a tevékenységet	Személyes ismeretség
<b>Élelmiszermegosztó platformok</b>					
Komatál	Főtt étel	önkéntesség	Gondoskodás, szolidaritás lokalitás	Nincs információ, de feltételezhetően óvatosabbá váltak a résztvevők	Személyes ismertség és Anyahajó tagság
Budapest Bike Maffia	Szendvicsek, főtt étel, vetőmag	Önkéntesség, pénz és étel adományok, Fizetős csapatépítő tréning szolgáltatás	Fenntarthatóság, Biciklis szubkultúra, közösségi élmény, Altruista segítségnyújtás, Politikai rendszer kritikája	Nehézségek, élelmiszermennyiség, iskolákkal való együttműködés is leállt	Megszokták a hajléktalanok a bringásokat a kezdeti bizalmatlanság után

	A megosztás tárgya(i)	A működés gazdasági alapja	Értékek	Koronavírus válság hatása(i)	Rendszer-garanciák
Lakásétterem (Celebrate Food)	Vacsora, (lakás)	vendégek hozzájárulása	közösségi élmény, interkulturalitás	Nincs információ	Közvetett és közvetlen ismerősök a fb csoporton keresztül
Szatyorbolt	Minősített és kéméletes élelmiszerek, kézműves tejtermékek és pékáruk	Piaci alapú, de nem a profittermelés a cél	lokalitás, fenntarthatóság, biotermékek, környezetvédelem, (bevásárló közösség), csomagolás- és élelmiszer-hulladék csökkentése, helyi gazdák támogatása	Nincs információ, de feltételezhetően nőtt a forgalom	Minősített és kéméletes élelmiszerek kínálata, Személyes ügyfélkezelés
Nekedterem	kistermelői zöldségek gyümölcsök, kézműves tejtermékek és pékáruk	Piaci, for-profit	bizalom, a személyesség, és a jó minőségű termékek, helyi gazdák támogatása, fenntarthatóság	Jelentősen nőtt a forgalom	jó minőségű, ellenőrzött termékek kínálata, a személyes ügyfélkezelés, és jóváírási rendszer
<b>Szomszédsági platformok</b>					
Miutcánk	Hirdetések	Nonprofit	Bizalom	Nőtt a felhasználók száma	Technikai módszerekkel biztosítják.
Wekerle	Ruhák, eszközök	Piaci alapú, de nem a profittermelés a cél	Bizalom	Meg kellett szüntetni átmenetileg	Személyes ismeretségből fakad

## HIVATKOZÁSOK

- Balázs B. (2012) Local Food System Development in Hungary. *International Journal of sociology of Agriculture & Food*, 19(3), 403–421.
- Bálint D. – Trócsányi A. (2017) New ways of mobility: the birth of ridesharing. A case study from Hungary. *Hungarian Geographical Bulletin*, 65(4), 391–405. <https://doi.org/10.15201/hungeobull.65.4.7>
- Boros L. – Dudás G. – Kovalcsik T. (2020) The effects of COVID-19 on Airbnb. *Hungarian Geographical Bulletin*, 69(4), 363–381. <https://doi.org/10.15201/hungeobull.69.4.3>
- Belk, R. (2010) „Sharing.” *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715–734.
- Belk, R. (2013) You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600.
- Boros L. – Dudás G. – Kovalcsik T. – Papp, S. – Vida, J. (2018) Airbnb in Budapest: analysing spatial patterns and room of hotels and peer-to-peer accomodations. [http://regscience.hu:8080/jspui/bitstream/11155/1869/2/boros\\_airbnb\\_2018.pdf](http://regscience.hu:8080/jspui/bitstream/11155/1869/2/boros_airbnb_2018.pdf)
- Botsman, R. (2017) *Who Can You Trust?: How Technology Brought Us Together and Why It Might Drive Us Apart*. Penguin Business. Public Affairs, 2017.
- Buda G. – Pethes B. – Lehota J. (2019) Dominant Consumer Attitudes in the Sharing Economy—A Representative Study in Hungary. *Resources 2020*, 9(1).
- Codagnone, C. – Biagi, F. – Abadie, F. (2016) The Passions and the Interests: Unpacking the ‘Sharing Economy’. European Commission, Joint Research Centre Science for Policy Report EUR 27914 EN. <https://doi.org/10.2791/474555>
- Cohen, B. – Kietzmann, J. (2014) Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279–296.
- Crabtree, B. F. – Miller, W. L. (1999) Using Codes and Code Manuals: A Template Organizing Style of Interpretation. In Crabtree, B. F. – Miller, W. L. (eds.) *Doing Qualitative Research* (2nd ed). Newbury Park, CA: Sage Publication
- Daunorienė, A. – Drakšaitė, A. – Snieška, V. – Valodkienė, G. (2015) Evaluating sustainability of sharing economy business models. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 836–841.
- Dén-Nagy I. – Király G. (2014) How to explain couchsurfing’s success? *Szociológiai Szemle* (24)4, 32–53. [http://www.szociologia.hu/dynamic/2014\\_4\\_den\\_nagy\\_kiraly\\_32\\_53.pdf](http://www.szociologia.hu/dynamic/2014_4_den_nagy_kiraly_32_53.pdf)
- Dudás G. – Boros L. (2019) A közösségi gazdaság (sharing economy) definiálásának dilemmái. *Tér és Társadalom*, 3 (1), 107–130. <http://dx.doi.org/10.17649/TET.33.1.3058>.
- European Commission (2016) The use of collaborative platforms, *Flash Eurobarometer* 438. [https://data.europa.eu/data/datasets/s2112\\_438\\_eng?locale=en](https://data.europa.eu/data/datasets/s2112_438_eng?locale=en)
- Gertheis, A. (2020) A koronavírus hatása az aktív és mikromobilitásra. *Városi Közlekedés*, 2020 Szeptember Különszám, 17–24.
- Görög G. (2017) A bizalom szerepe a megosztáson alapuló gazdaságban [http://acta.bibl.u-szeged.hu/55035/1/koztes\\_europa\\_2017\\_001\\_002\\_185-194.pdf](http://acta.bibl.u-szeged.hu/55035/1/koztes_europa_2017_001_002_185-194.pdf)
- Hamari, J. – Sjöklint, M. – Ukkonen, A. (2016) The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology* 67(9), 2047-2059.
- IFCO (2017) *The uberization of food: how the sharing economy is transforming the supply chain for the better*. <https://www.ifco.com/the-uberization-of-food-how-the-sharing-economy-is-transforming-the-supply-chain-for-the-better/>
- Kalóz E. (2015) A közösségi gazdaság – elméleti megfontolások és gyakorlati jellemzői. *Információs Társadalom: Társadalomtudományi folyóirat*, 1, 30–47.
- Meszmann T. (2018) *Industrial Relations and Social Dialogue in the Age of Collaborative Economy*. National Report, Hungary. December 2018. Central European Labour Studies Institute. [https://celsi.sk/media/research\\_reports/RR\\_27.pdf](https://celsi.sk/media/research_reports/RR_27.pdf)
- MOL Bubi (2018) Keresletösztönzés kutatás. Szocio-Gráf Piac- és Közvélemény-kutató Intézet BKK Zrt. megbízásából
- Osztrovits, Á. – Kőszegi, Á. – Nagy, B. – Damjanovics, B. (Price Waterhouse Coopers) (2015) Osztogatnak vagy fosztogatnak? A sharing economy térnyerése, Redistribution or Robbery? The emergence of sharing economy> URL: [http://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/sharing\\_economy\\_ternyerese.html](http://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/sharing_economy_ternyerese.html)
- Portfolio, 2020. *Vége a hangos viháncolásnak: szigorítja a szabályait az Airbnb*. <https://www.portfolio.hu/ingatlan/20200824/vege-a-hangos-vihancolasnak-szigoritja-a-szabalyait-az-airbnb-445784>
- Ricci, M. (2015) Bike sharing: A review of evidence on impacts and processes of implementation and operation. *Research in Transportation Business & Management*, 15, 28–38.

- Simonovits, B. – Cioancă, A. (2019) *Trust and Discrimination on Collaborative Consumption Platforms With a Special Focus on Ridesharing Platforms* [https://ippi.ppk.elte.hu/media/fc/87/9cd270fbacdb634ee05f914aee29c779d60b068c8312e64cbc23584a9efe/WORKING%20PAPER\\_ridesharing\\_2019\\_Simonovits\\_Cionca.pdf](https://ippi.ppk.elte.hu/media/fc/87/9cd270fbacdb634ee05f914aee29c779d60b068c8312e64cbc23584a9efe/WORKING%20PAPER_ridesharing_2019_Simonovits_Cionca.pdf)
- Simonovits, B. – Shvets, I. – Taylor, H. (2018) Discrimination in the sharing economy: evidence from a Hungarian field experiment. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 9 (1), 55–79. <http://dx.doi.org/10.14267/CJSSP.2018.1.03>.
- Smith, M. K. – Egedy, T. – Csizmady, A. – Jancsik, A. – Olt, G. – Michalkó, G. (2018) Non-planning and tourism consumption in Budapest's inner city. *Tourism Geographies*, 20(3), 524–548. <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2017.1387809>.
- Soltész, P. – Zilahy, Gy. (2019) A megosztáson alapuló gazdaság környezeti és társadalmi hatásai. *Magyar Tudomány* 2019/ [https://mersz.hu/hivatkozas/matud\\_f32305](https://mersz.hu/hivatkozas/matud_f32305)
- Sundararajan, A. (2016) *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based. Capitalism*. MIT Press.
- Szűts Z. – Jinil Y. (2020) A Sharing Economy elmúlt 5 éve – Egy korszak (2015–2020) tanulságai. The recent five years of sharing economy. Lessons from a period (2015–2020) *Civil Szemle (Közösségek és Civil Társadalom.)* 2020/1.
- Tamás P. (2020) Koronaszilánkok. Látjuk-e, mi jön? *A koronavírus-járvány hatása a magyar társadalomra és társadalomkutatásra*. Socio.hu 2020/2. [https://socio.hu/uploads/files/2020\\_2/36\\_korona\\_hozzaszolasok.pdf](https://socio.hu/uploads/files/2020_2/36_korona_hozzaszolasok.pdf)
- Tilburg, T. (2017) The 'Uberization' of Restaurants' Food Supply Chains: Consumers Come to the ResQ and Civilians Don't 'Waste the Plate'! <https://mastersofmedia.hum.uva.nl/blog/2017/09/25/the-uberization-of-restaurants-food-supply-chains-consumers-come-to-the-resq-and-civilians-dont-waste-the-plate/>

## FÜGGELÉK

F1. táblázat. Az interjúalanyok jellemzői

Szektor	Interjú típusa (szakértői/ follow up/ bővített)	Konkrétabb megnevezés	Szervezet besorolása (Lásd 1. táblázat)	Interjú felvétel ideje	Elérhetőség
<b>Élelmiszer-megosztás</b>					
Lakásétterem	szakértői	Celebrate food	Egyensúly a megosztó és árucseré jellemzők között	2019.07.03	<a href="https://www.facebook.com/celebratefoodtimes">https://www.facebook.com/celebratefoodtimes</a>
BudapestBike Maffia	szakértői, follow-up		Non profit alapú	2019.06.28 2020.06.05	<a href="https://bikemaffia.com">https://bikemaffia.com</a>
Komatál	Szakértői	József A Itp.	Non profit alapú	2019.06.26	<a href="https://anyahajokozpont.hu/">https://anyahajokozpont.hu/</a>
Termelőtől a fogyasztóig élelmiszer házhozszállítás (farm-to-fork)	2 szakértői	Nekedterem, Szatyor bolt	Egyensúly a megosztó és árucseré jellemzők között	2019.05.20 2019.08.14	<a href="https://nekedterem.hu/">https://nekedterem.hu/</a> <a href="https://www.szatyor-bolt.hu/">https://www.szatyor-bolt.hu/</a>
<b>Szállásmegosztás</b>					
Airbnb	1 szakértői, 1 Follow-up és 1 bővített		Egyensúly a megosztó és árucseré	2019.10.09 2020.06.23 2020.03.27.	<a href="https://www.airbnb.hu/">https://www.airbnb.hu/</a>
Couchsurfing	1 felhasználó		Nonprofit alapú	2019.08.26	Couchsurfing: Meet and Stay with Locals All Over the World
<b>Közlekedésmegosztás</b>					
Utazás megosztás	1 szakértői	Oszkár, telekocsi	Egyensúly a megosztó és az árucseré jellemzők között	2019. tavasz 2020.07.04	<a href="https://www.oszkar.com/">https://www.oszkar.com/</a>
Robogó, autó kölcsönzés, illetve megosztás	3 szakértői és 3 follow up	Lime, GreenGo MOL Bubi	Profit alapú  Nonprofit	2019.08.16 2020.06.05 (MOL Bubi – Dalos Péter) 2020.06.10 (GreenGo) 2020.06.25 (Lime)	<a href="https://www.li.me/en-us/home">https://www.li.me/en-us/home</a> <a href="https://greengo.com/hu">https://greengo.com/hu</a> <a href="https://molbubi.hu/">https://molbubi.hu/</a>
Iroda- és munkamegosztás	3 szakértői és 1 follow up	Kaptár Door Office ClickforWork	Egyensúly a megosztó és az árucseré jellemzők között  Profit alapú	2019.06.14 2019.08.27 2019.06.19	<a href="https://kaptarbudapest.hu/">https://kaptarbudapest.hu/</a> <a href="http://dooroffice.hu/">http://dooroffice.hu/</a> <a href="https://clickforwork.hu/">https://clickforwork.hu/</a>
Szomszédsági közösségi platformok	1 szakértői és 1 follow up	Miutcánk, Weki	Nonprofit	2019.08.26 2020.06.25 (Weki) 2020.07.08	<a href="http://www.miutcank.hu">www.miutcank.hu</a> <a href="https://weki.hu/">https://weki.hu/</a>