

Az online interakciók területisége egy hazai telekocsi-platform példáján

Bálint Dóra

Pécs, 2021

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	4
2. Kutatási előzmények és a téma fókuszálása.....	5
2. 1. Tágabb kontextus – Az információrobbanás hatása a társadalomföldrajzra	5
2. 2. Tulajdonlás helyett hozzáférhetőség – az internethez kapcsolódó megosztáson alapuló gazdaság definíciós kihívásai és társfogalmai	8
2. 3. A megosztáson alapuló gazdaság meghatározásának egy lehetséges megközelítése.....	13
2. 4. A megosztáson alapuló gazdaság építőköveinek vizsgálata: az online platformok	22
2. 4. 1. A platformok tipizálása	24
2. 4. 2. A platformok tipizálásának földrajzi dimenziói	29
2. 5. A peer-to-peer platformon végbemenő online tranzakció keresztmetszeti képe	33
2. 6. A platformok lehetséges vizsgálati irányai.....	36
2.7. A területi és ágazati fókusz áttekintése	39
2. 7. 1. A megosztáson alapuló gazdaság Magyarországon	39
2. 7. 2. Megosztáson alapuló közlekedés: telekocsizás az internet előtt és napjainkban.....	40
3. Célkitűzések	46
4. Kutatási módszerek	47
4. 1. A platform kiválasztása.....	47
4. 2. Területi szintek kijelölése.....	48
4. 3. Felhasznált módszerek	49
4. 3. 1. Kérdőív.....	50
4. 3. 2. Lekérdezések.....	51
4. 3. 3. Statisztikai- és honlapelemzés.....	60
5. Eredmények.....	61
5. 1. Online aspektus 1: Az OSZKÁR platform elektronikus felületének elemzése	61
5. 2. Az OSZKÁR platform felhasználóinak társadalmi háttere és a szolgáltatás igénybevételével összefüggésbe hozható motivációk	72
5. 3. Offline, területi aspektus	78
5. 3. 1. A platform-utazások területi mintázatai országos szinten	79
5. 3. 2. A külföldi viszonylatok területi mintázatai	91
5. 3. 3. A platform-utazások időbeli mintázatai	93
5. 3. 3. 1. A platformok kereslet-alapú változékonysága a hazai fesztiválok példáján	95
5. 3. 3. 2. A platformok kereslet-alapú változékonysága a COVID-19 első hullámának példáján.....	100
5. 3. 4. Területi mintázatok lokális szinten.....	108
5. 3. 4. 1. Közös elemek – a találkozási helyek jellemzői.....	109
5. 3. 4. 2. A találkozási helyek területi mintázatai öt hazai vidéki város példáján	111
5. 3. 4. 3. A találkozási helyek közös vonásai	125
6. Összefoglalás, az eredmények összevetése a szakirodalommal.....	128
7. A kutatás további irányai.....	134

8. Köszönetnyilvánítás	135
Irodalomjegyzék.....	136
Ábrajegyzék	153
Melléklet.....	155

1. Bevezetés

Az információs és kommunikációs technológiák (továbbiakban: IKT) alapjaiban változtatták meg a mindennapi tevékenységeket, a munka világától egészen a szabadidős időtöltésekig. A technológiai változások és további, társadalmi-gazdasági tényezők együttesen tették népszerűvé a megosztáson alapuló gazdaság gyűjtőfogalma alá tartozó jelenségek elterjedését. Ennek lényege, hogy magánszemélyek közvetlenül egymás számára rendelkezésre bocsátják kihasználatlan kapacitásaikat, reflektálva olyan kihívásokra, mint a túlfogyasztás vagy a környezetvédelem. A megosztás tárgyát képezők lehetnek materiális, fizikai javak, mint ingatlan vagy személygépjármű, illetve immateriális, szellemi javak, mint például szaktudás. Jelentőségét az adja, hogy bár a megosztás minden formája egyidős az emberiséggel, mégis most először nyílik lehetőség a történelemben arra, hogy az okostelefonok révén az elszakadjon a térbeli-földrajzi korlátoktól, vagyis jóval nagyobb léptékben, ismeretlenek számára is lehetővé váljon az erőforrások hatékony kihasználása. Az internet hatására megjelentek, globális méretűvé váltak és a köztudatba épültek olyan, korábban nem létező platformok, mint az Airbnb vagy az Uber, másrészt a sikeresnek tűnő modellt adaptálta számos, hagyományos elven építkező vállalat, példaként akár a BMW is említhető (KOPP, J. ET AL 2013). E cég indította el saját autómegosztó szolgáltatását, de például hagyományos szállodaláncok is megjelennek az egyre népszerűbb Airbnb hirdetések között. A jelenség tehát nem csupán egy szűk vállalatcsoporthoz kapcsolódik: a fogyasztási szokások, a technológiai fejlődés a mindennapokban érzékelhető és mérhető folyamatokat indít el, mely alól a hagyományos szereplők sem tudják függetleníteni magukat. A megosztáson alapuló gazdaság éppen ezért olyan jelenség és trend, amellyel kapcsolatban több tudományterület nézőpontjából is megfogalmazhatók releváns kutatási kérdések. Mind empirikus, mind pedig elméleti oldalról kifogyhatatlan a hozzákapcsolódó kérdések tárháza, melyet az is illusztrál, hogy az utóbbi években – 2014 óta különösen – komoly figyelmet kapott akadémiai körökben: jelentős számú publikáció készült a témában (HOSSAIN, M. 2020), főként a turizmus és közlekedés területéről (HEO, Y. 2016; SAINAGHI, R. ET AL 2020; MA, N. F. – HANRAHAN, B. V. 2020). Geográfus nézőpontból a téma jelentőségét mutatja, hogy a platformok hatásai nem állnak meg a felületen regisztráltak körénél, az online interakciók (vagyis tranzakciók) hatásai kiterjednek az egész társadalmi és térszövetre (WESTERBEEK, J. ET AL 2016). A megosztáson alapuló gazdaság egész ágazatokat alakít át (SIGALA, M. 2017), illetve elsősorban városi terekben járul hozzá olyan folyamatokhoz, mint a dzsentifikáció (WACHSMUTH, D. – WEISLER, A. 2018). Mindez abba az irányba mutat, hogy a földrajzi térben zajló folyamatok megértése nem lehetséges az online

térben zajló interakciók nélkül. Azok nem csupán a tudományos közeg számára, de a döntéshozók, helyi önkormányzatok, jogalkotók csoportjai szempontjából is jelentőséggel bírnak, hiszen számos konfliktust, szabályozási kérdést vet fel működésük (KIRCHNER, S. – SCHÜBLER, E. 2020; BUHALIS, D. ET AL 2020).

A helyi sajátosságok, a földrajzi kontextus szintén hat a platformok működésére, vagyis bár a legnagyobb szereplők észak-amerikai és nyugat-európai bázisúak, de a helyi kezdeményezések, valamint a globális vállalatok eltérő földrajzi környezetben való megjelenése ugyancsak fontos tényező. Bár a hazai kutatásokban mind elméleti (DUDÁS G. – BOROS L. 2019; LAZÁNYI, O. – VERESS, T. – BÁRSONY, F. 2020; KALÓZ, E. 2015), mind empirikus oldalról (DUDÁS, G. – BOROS, L. – PÁL, V. 2016; JANCSIK, A. – MICHALKÓ, G. – CSERNYIK, M. 2018) megjelenik a téma kutatása, mégis hiányzik egy átfogó, egy platform interakcióinak területi mintázatait elemző kutatás, mely hiányt a disszertáció a maga szerény eszközeivel betölteni kíván.

2. Kutatási előzmények és a téma fókuszálása

2. 1. Tágabb kontextus – Az információrobbanás hatása a társadalomföldrajzra

Az IKT nemcsak a hétköznapiakat formálta át, de a (társadalom)földrajzot sem hagyta érintetlenül, éppen ezért mielőtt még a megosztáson alapuló gazdaság interakciót elemezném, röviden kitekintek és bemutatom az információrobbanás megjelenését a társadalomföldrajzi vizsgálatokban. Ezt azért tartom szükségesnek, mivel a disszertációban egy online térben megvalósuló tranzakció offline, területi mintázatait elemzem, ezért szükségesnek tartom ezen interakció kontextusát, elméleti kérdéseit is felvillantani, és azért a földrajz témakörén belül, hiszen munkám a PTE TTK Társadalomföldrajzi és Urbanisztikai tanszékén eltöltött három év időszaka alatt kezdődött és jelenleg is geográfusként dolgozom.

Az együttesen csak információs forradalomként jelölt változások hajnalán, a 20. század második felében olyan tudományos publikációk születtek, melyekben a szerzők a távolság és a földrajz halálát vízionálták (O'BRIEN, R. 1992; BATES, S. 1996). Munkáik a geográfia első törvényét (TOBLER, W. R. 1970) kérdőjelezték meg, mely szerint: „minden mindennel kapcsolatban áll, de az egymáshoz közeli dolgok erősebben, mint a távoliak“. A tétel (látszólag) elveszítette súlyát, hiszen immár bármilyen interakció lokációtól függetlenül létrejöhet globálisan, figyelmen kívül hagyva a térbeli proximitást, egy nagy faluvá alakítva a világot (MCLUHAN, M. – FIORE, Q. – AGEL, J. 1968).

A későbbiekben egy újabb hullámban már többen árnyalták a fenti megállapításokat (KAPLAN, R. D. 2013), illetve néhány kutató ellentétes állításokat is megfogalmazott. Ahogy példaként GOLDENBERG, J. – LEVY, M. (2019) is rámutatott empirikus vizsgálatában, a lokális jellegű interakciók intenzitása a technológiai fejlődéssel egyenesen arányosan megy végbe: a földrajzi hely szerepe nem le-, hanem felértékelődik.

A meglehetősen nehezen feloldható ellentétek más-más nézőpontból, de ugyanarra a folyamatra reflektálnak, mégpedig arra, hogy a technológiai fejlődés olyan alapvető változásokat eredményez, mely szétfeszíti a hagyományos értelmezési kereteket és fogalmakat.

Az információrobbanás egyszerre kétféleképpen érinti a földrajztudományt: horizontálisan és vertikálisan. Előbbi esetben magát a térrel kapcsolatos vizsgálati módot változtatja meg: valós idejű térinformatikai alkalmazások, big-data vagy algoritmusok elterjedése a területi folyamatok nyomon követésében és elemzésében. Másrészt pedig a technológia átformálja a mindennapokat: megváltozik a foglalkoztatás és munkaerőpiac (élethosszig tartó tanulás, telemunka, közösségi munkaterek), a térhasználat (online ügyintézés, e-kereskedelem, e-találkozók), a közlekedés (applikációk, önvezető járművek), a városi terek (okos városok), a gazdaság (birtoklás helyett hozzáférés-alapú gazdasági modell, kriptovaluta, körkörös gazdaság), illetve maga a tanulás módja. A globális, összekapcsolt hálózatokban megvalósuló interakciók pedig a területi dimenziók révén a geográfia számára megkerülhetetlen vizsgálati kérdéseket vetnek fel.

Jelen korszakot, ahol az információ kulcsszerepet játszik, számos nézőpontból közelítették meg a kutatók. Egységesen elfogadott definíció hiányában (JAKOBI Á. 2007) csupán lényegét ragadhatjuk meg. Az információs korban a társadalmi és gazdasági folyamatok alakításában alapvető szervezőerő az információ (WEBSTER F. 2014) a korábbi nyersanyagközpontú, illetve tömegtermeléssel szemben.

Az információ átszövi a mindennapi tevékenységeket, a térbeli interakciókat, az áruk, személyek áramlását, vagyis összekapcsolásuk, értelmezésük, tanulmányozásuk akadémiai szinten is szükségessé vált. Az információs kor folyamatainak első átfogó elemzése a társadalomtudományokban egy szociológus, Manuel Castells nevéhez fűződik (CASTELLS, M. 1996, 1997, 2000). Meghatározó, többkötetes munkájában (CASTELLS, M. 1996, 1997, 2000) leírja és értelmezi az információrobbanás következtében kialakult hálózati társadalmat, annak romboló folyamatait, megalkotja az áramlások tere kifejezést. Utóbbi arra utal, hogy valamennyi gazdasági-társadalmi folyamat az IKT által hálózatokba szerveződve zajlik.

A hálózati jelleg a hazai, az információs kor társadalomföldrajzi megközelítését meghonosító geográfusok, MÉSZÁROS R. (2003) és JAKOBI Á. (2007) könyveiben is kiemelt szerepet kap.

Alapvető törvényszerűségeit a fizikus-hálózatkutató BARABÁSI, A. L. – BONABEAU, E. (2003) elméleti és big-data elemzésében tárta fel, aki a legkülönbélebb hálózatok törvényszerűségeinek leírása során magát az internetet is egy olyan skálafüggetlen hálózatként jellemzi, ahol a meglévő lehetőségek ellenére, nem véletlenszerűen és egyenlő esélyekkel, hanem csomópontok mentén kapcsolódnak egymáshoz a weblapok. Így sok kicsi és néhány jelentős számú kapcsolattal rendelkező pontokból álló struktúrát hoznak létre, mely által – miként a földrajzi térben a települések vagy a globális pénzügyi rendszerek – az online tér is meghatározott struktúrával jellemezhető. Ezt azért is fontos kiemelni, mivel a kezdeti, a földrajz halálát hirdető írások egyfajta homogén térrel számoltak, ahol ezek a struktúrák felbomlanak, átalakulnak. Összegzésképpen megállapíthatjuk, hogy az információrobbanás a tértudományok számára (is) új értelmezési keretek megalkotását tette szükségessé, mely a kezdeti szélsőséges, a geográfikum szerepét túlzottan le- vagy felértékelő publikációkat követően a társadalmi és gazdasági folyamatokat integráló, hálózati társadalom megjelenéséhez vezetett a szakirodalomban. A következőkben áttekintem, hogyan jelenik meg a technológia a konkrét földrajzi vizsgálatokban.

A geográfusok (és egyes döntéshozók) az IKT hatásait a földrajzi tér egyik dimenziójának tekintik, melyet összefoglalóan kibertérnek neveznek (MÉSZÁROS R. 2003; JAKOBI Á. 2007; PIRISI G. – TRÓCSÁNYI A. 2019). Ez bár materiális, fizikai infrastruktúrával is rendelkezik (optikai kábelek, műholdak, átjátszó állomások), mégis egy társadalmi képződmény (MÉSZÁROS R. 2003). Általánosságban megállapítható, hogy a térrel foglalkozó kutatók duális megközelítés révén értelmezik: a “valós” fizikai és a “virtuális” szubjektív terekre való felosztás élesen kirajzolódik a szakirodalomban függetlenül attól, hogy milyen filozófiai koncepcióhoz kötődnek a szerzők (JAKOBI Á. 2007; PIRISI G. – TRÓCSÁNYI A. 2019). Ebben szembekerül a külső, materiális, geometriai alakzatokkal leírható és lokalizálható vizsgálati egység, illetve a virtuális tér, mely magában foglal minden egyéb, többek között az internet által elérhető felületen zajló interakciót. BARLOW, J. P. (1996) megfogalmazásában, “olyan világ, ami egyszerre mindenhol és sehol sincs”. Ezzel az ellentét párral számos formában találkozhatunk: kibertér-valós tér (HAN, S. Y. – TSOU, M. H. – CLARKE, K. C. 2018), online-offline tér (JAKOBI Á. 2007) digitális-offline tér (BORK-HÜFFER, T. – YEOH, B. S. 2017) valós (real space) – hálózati (network space) tér (JAKOBI Á. 2007). A felosztás, ahogy GRAHAM, M. (2013) rámutat, túlzottan leegyszerűsítő, hiszen a tér egymással intenzív, interdependens viszonyban lévő elemei nem különíthetők el ennyire élesen. MÉSZÁROS R. (2003) szintén megfogalmazza, hogy a kibertér önmagában, a fizikai tértől függetlenül nem létezik, hatnak rá a földrajzi tér folyamatai (képzettség, földrajzi elhelyezkedés, nyelvtudás), illetve a fizikai tér is a kibertérre.

Disszertációmban az egymástól bizonyos vonások mentén különböző virtuális és valós földrajzi terek közti felosztást mégis alkalmazom hiszen alapvetően két alapvetően különböző struktúráról van szó. Olyan értelemben, hogy az első, egy az IKT és a Web 2.0 térnyerése előtt is létező fizikai tér, a másik pedig egy olyan hálózat, ahova elvben a tér bármely pontjáról bárki és bármikor bekapcsolódhat, ha rendelkezik megfelelő infrastruktúrával és eszközökkel, mely azonban önállóan nem, csak a földrajzi tér kiterjesztéseként létezik. Utóbbi vizsgálata elengedhetetlen, hiszen a térfolyamatok nem érthetőek meg csupán az előbbire koncentrálna. Dolgozatomban az egymással való kölcsönhatásaikat vizsgálom a kibertér egy meghatározott szegmensére koncentrálna, a megosztáson alapuló gazdaság üzleti modelljében működő online platformokra, ahol az interakciók az online felületen valósulnak meg, s melynek kialakulásáról, definíciós dilemmáiról a következő fejezetben részletesen is lesz szó.

Az információrobbanás következtében folyamatos az új jelenségek, fogalmak megjelenése, mint például a dolgok internete (Internet of Things), mely az eszközök összekapcsolását, közös hálózatba szervezését vonja maga után. Ehhez a trendhez sorolható még a mesterséges intelligencia vagy a 3D nyomtatás. A technológia tehát új kereteket hoz létre, s rendelkezik azzal a potenciállal, hogy a földrajzi térben jelentős változásokat eredményezzen a jövőben a meglévő digitális szakadék ellenére is (VAN DIJK, J. H. – HACKER, K. 2003). A radikális átalakulások néhány példája illusztrálja azt, hogy a jövőben új értelmezési keretek kialakítása szükséges. Ezek a folyamatok olyan, a maitól alapjaiban különböző mindennapokban jelen lévő, mérhető változásokhoz vezethetnek, melyek jelenleg legfeljebb a jövőkutatók vagy sci-fi írók asztalán körvonalazódik.

Összefoglalva: a technológiai változások a hagyományos értelemben vett földrajzi teret új dimenzióval töltötték fel. A tér-idő korábbi évszázadokon keresztül zajló beszűkülése felgyorsult, az IKT mentén hálózatokba szerveződő társadalmakat és folyamatokat indított el, melyek a nemzetállamok és korábbi struktúrák (hagyományos gazdasági szereplők) szerepének leértékelődését vonta maga után (CASTELLS, M. 2000).

2. 2. Tulajdonlás helyett hozzáférhetőség – az internethez kapcsolódó megosztáson alapuló gazdaság definíciós kihívásai és társfogalmai

Az információrobbanás által beköszöntő digitális kor dinamikusan változik és nem tekinthető homogénnek. Korszakainak egyik lehetséges tipizálása OWYANG, J. – SAMUEL, A. (2015) nevéhez fűződik, aki felosztásában öt egymással átfedésben lévő időszakot különít el az 1990-es évek közepétől, vagyis a Web 2.0 elterjedésétől. Megállapítható, hogy az internet létrejötte óta ezek olyan párhuzamos, de egyre erőteljesebb összekapcsoltság irányába mutató

lépcsőfokok, ahol a felhasználókat követően a tárgyak, természeti erőforrások mind komplexebb, egyre inkább algoritmusok által vezérelt hálózatokba szerveződnek. OWYANG, J., – SAMUEL, A. (2015) ötös felosztásában a harmadik időszak, a 2008 táján kialakuló megosztáson alapuló gazdaság (angolul: sharing economy) szerepel disszertációm középpontjában. Ezt a modellt számos, gyakran egymással felváltva használt kifejezéssel jelölik a szakirodalomban, DREDGE, D. – GYIMÓTHY, S. (2015) a témában született publikációkat elemző tanulmányában 17 ilyen meghatározást különített el. Ez jól prezentálja a koncepció körül tetten érhető kihívásokat, melyeket a későbbiekben részletesen is bemutatok.

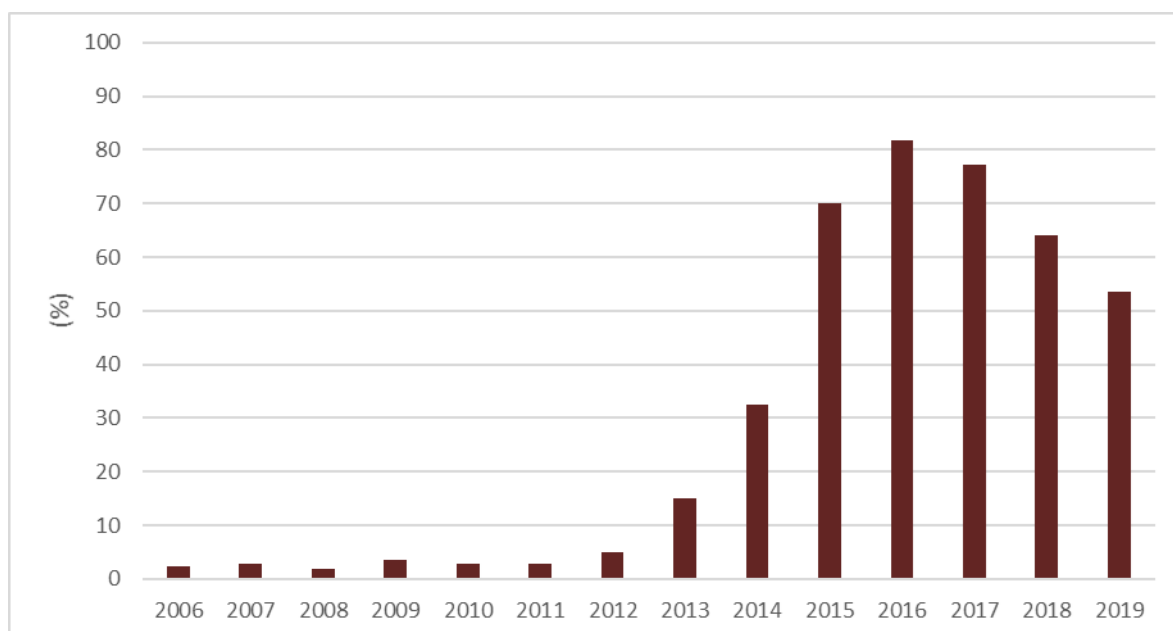
Munkámban a továbbiakban az angol nyelvterületen elterjedt „sharing economy” kifejezés egyik magyar változatát, a megosztáson alapuló gazdaság elnevezést használom. Ahogy több kutató (SLEE, T. 2017; SUNDARAJAN, A. 2016) is rámutatott, ennek az az oka, hogy számos sikertelen kísérlet született a jelenség egységes meghatározására. Habár egy-egy aspektusát különböző fogalmak pontosabban megragadják (interakció típusa: peer-to-peer gazdaság, tulajdonviszony: hozzáférés-alapú gazdaság; fogyasztók: közösségi gazdaság; köztes szolgáltató típusa: platformgazdaság) mégis, a témában mind a közvéleményben, mind az akadémiai szférában a „sharing economy” terjedt el a legjobban, melyet egy nagyszabású, 589 tanulmányt elemző kutatás is bizonyít (LAURENTI, R. ET AL 2019). Az egymással párhuzamosan megjelenő társfogalmak nem feltétlenül teremtenek ideális helyzetet a kutatók számára, ugyanakkor jelenleg az említett elnevezés fogja össze a témában született publikációk zömét.

A jelenség kialakulásában több tényező egymást erősítő szerepe rajzolódik ki, melyek révén a 2000-es évek második felében számos kedvező feltétel segítette elő az új kezdeményezések létrejöttét, egyes szereplői pedig globálisan meghatározó vállalatokká nőttek ebben az időszakban (pl. Airbnb), egyúttal vetélytársat jelentettek olyan hagyományos szolgáltatóknak, mint például a szállodaláncok. A folyamatok alapfeltétele a technológiai fejlődés volt, ahogy erre az előző fejezet is rámutatott, azonban további tényezők is szerepet játszottak. A kapitalista gazdasági modell válsága és a túlfogyasztás egy másik, legalább akkora jelentőségű társadalmi trendhez is hozzájárult, melyet BELK, R. (2007) megosztási fordulatnak nevez. Lényege, hogy a kapitalista tulajdonlásra épülő gazdasági rendszerben a javak birtoklása helyett a hangsúly egyre inkább az azokhoz való hozzáférés irányába tolódik (MATZLER, K. ET AL 2015; NERINCKX, S. 2016; CLAUSS, T. ET AL 2019).

Ezeket a tevékenységeket BOTSMAN, R. – ROGERS, R. (2010) máig a téma alapirodalmának tekintett *What's mine is yours* című könyvében foglalja össze. Munkájukban a szerzők a közösségi fogyasztás (collaborative consumption) ernyője alá vonják mindazon tevékenységeket, ahol magánszemélyek az internet segítségével közösségi alapon

megoszthatják egymással saját, kihasználatlan erőforrásaikat – ingyen vagy ellenszolgáltatásért cserébe (BOTSCHAN, R. – ROGERS, R. 2010). A koncepció alapjai hosszú időre nyúlnak vissza, hiszen informális úton és kisebb léptékben a korábbi évszázadok, évezredek során számos példa mutatkozott a kapacitások hatékonyabb kihasználását ösztönző tevékenységekre. A szerzők a modern kori közösségi fogyasztásra olyan megoldási kísérletként tekint, mely választ adhat számos globális problémára és elősegíti a fenntartható fejlődést vagy a társadalmi tőke növelését (BOTSCHAN, R. – ROGERS, R. 2010; KAMESWARAN, V. ET AL 2018). Összesen három nagy rendszerbe szervezték az ide kapcsolódó tevékenységek széles körét: újraelosztó piacok, termékszolgáltató rendszerek és életmódplatformok (DUDÁS G. – BOROS L. 2019). Az első munkákat, ahogy az említett a könyvet is a téma rendkívül tág értelmezése, valamint túlzottan idealista megközelítés miatt azóta számos kritika érte (MALHOTRA, A. – VAN ALSTYNE, M. 2014; SLEE, T. 2017; ALLEN, D. 2015). Ahogy a későbbi definíciók során látni fogjuk, nagy részük a közösségi fogyasztás korai definícióiból építkezik.

A megosztáson alapuló gazdaság népszerűsége a 2010-es évek elején gyors növekedésnek indult (ALBINSSON, P. A. – PERERA, B. Y. 2018), 2011-ben a TIME magazin ezt a szót is szerepeltette a jövőt meghatározó legfontosabb trendeket összegyűjtő listáján. Ahogy a Google Trends „sharing economy” kifejezés globális kereséseket összegyűjtő ábra is alátámasztja (1. ábra) a legmarkánsabb növekedés a 2010 és 2015 közötti időszakra tehető.

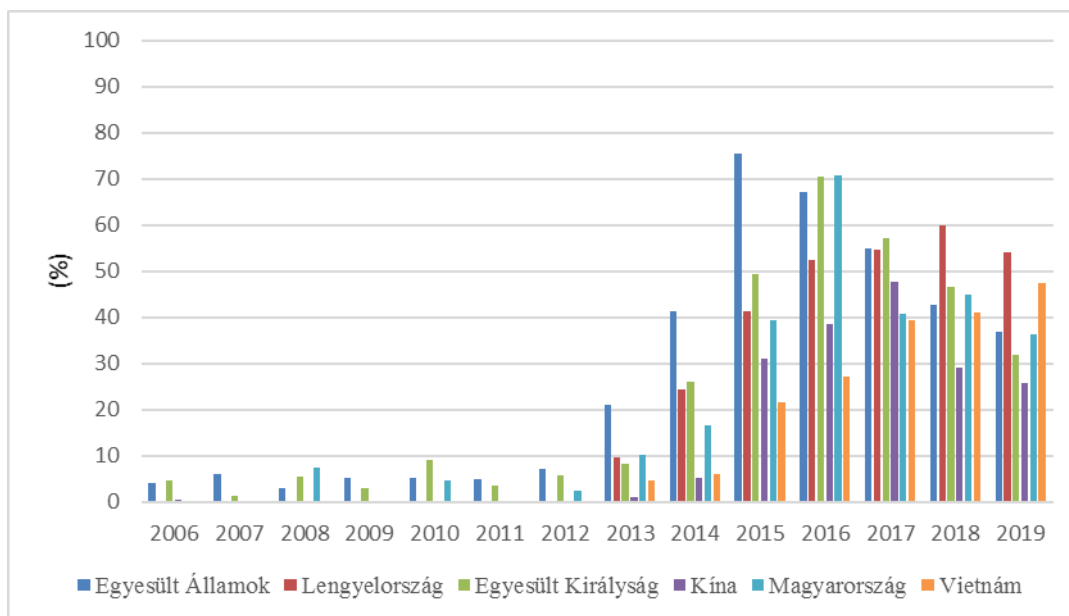


1. ábra A „sharing economy” kifejezés globális népszerűsége a Google Trends keresési előzmények alapján 2006 és 2019 között

Kisebb, országos vagy regionális területi egységek esetén látható, hogy a hullám eltérő időpontokban jelenik meg. A koncepció az Egyesült Államokból, azon belül is az információs és kommunikációs technológiák egyik meghatározó innovációs központjának tekintett Szilícium-völgyből indult, itt alapították többet között az Airbnb vagy Uber vállalatait. A 2010-es évek közepére az Egyesült Államok lakosságának több mint fele vett igénybe valamilyen megosztáson alapuló platform szolgáltatásait (OWYANG, J. – SAMUEL, A. 2015). A modell aztán Nyugat- és Közép-Kelet Európában is megjelent, majd előbb Ázsia centrum- (Kína) végül félperiférikus térségeiben (Vietnám) (NAKANISHI, W. ET AL 2020). Az Európai Unión belül az említett időszak végén 2015-ben egy tanulmány szerint csak abban az évben 4 milliárd euró bevételt generált (VAUGHAN, R. – DAVERIO, R. (2016).

A megosztáson alapuló gazdaság kihívásai adott országokban sok esetben nagyon hasonlóak (pl. szabályozási kérdések, érintett szektorok), ugyanakkor a helyi platformok és kulturális különbségek révén számos egyedi jellemvonás is megfigyelhető (pl. Délkelet-Ázsia Uber robogói) követve a szelektív és alulról jövő innováció-terjedési modellt (MARTIN, C. J. – UPHAM, P. – BUDD, L. 2015). A koncepció különösen Kínában, az online fizetési rendszerek bevezetése után vált meghatározóvá: számos helyi platform jelent meg és 2015-ben több mint 600 millió személy vett részt valamilyen megosztáson alapuló gazdasághoz köthető tevékenységben (MA, Y. – ZHANG, H. 2019). A kormányzati szereplők világszerte eltérő módon reagáltak: egyes régiókban kitiltottak olyan kezdeményezéseket, melyek sértették monopóliumban lévő gazdasági szereplők érdekeit (pl. taxitársaságok), máshol azonban inkább különböző szabályozási kísérletet tettek a szürke zónába tartozó tevékenységek kifehérítésére. Nyugat-Európa egyes nagyvárosaiban, például Amszterdamban a helyi önkormányzat bizonyos keretek között támogatást is nyújt működésükhöz (pl. Airbnb). A koncepció terjedését vizsgálva megállapítható, hogy egyik fontosabb gátja továbbra is technológiai jellegű, annak ellenére, hogy a világ népességének több mint 80%-a internetezik, 2019-ben még mindig közel 1 milliárd ember nem rendelkezett internethozzáféréssel, akik jellemzően afrikai országokban koncentrálódnak (INTERNETWORLDSTATS 2019). Ezek a különbségek ugyanakkor nem csupán nemzetállamok között, de azokon belül, regionális szinten is fennállnak. Mindezt azért is fontos kiemelni, mivel a koncepcióval kapcsolatban a kezdeti időszakban elhangzott, hogy a társadalmi egyenlőtlenségek eltörlésének egyik fontos eszköze lehet.

¹ A számok a keresési érdeklődést jelzik a grafikon legmagasabb pontjához képest az adott régióban és időszakban. A 100-as érték a kifejezés legnagyobb népszerűsége; az 50-es érték azt jelzi, hogy a kifejezés feleannyira népszerű. A 0 azt jelenti, hogy nem áll rendelkezésre elég adat a kifejezéshez.



2. ábra A „sharing economy” kifejezés népszerűsége hat ország példáján a Google Trends keresési előzmények alapján 2006 és 2019 között

Szerk.: Bálint D. Forrás: Google Trends²

A megosztáson alapuló gazdaság létrejöttét egy harmadik tényező a 2008-as gazdasági világválság is segítette (NADLER S.S.N. 2014; RAUCH, D. – SCHLEICHER, D. 2015), mely a társadalom tagjait még inkább arra ösztönözte, hogy monetizálják javaikat. A magánszemélyeket összekötő platformok a tranzakciós költségek csökkentése révén lehetővé tették a felhasználók számára, hogy könnyen, gyorsan és olcsón hozzáférjenek szolgáltatásokhoz. Mindezek mellett, ahogy a nagyra növő szereplők területi mintázatai is rámutatnak, a globális léptékben végbemenő, elsősorban az alacsony, valamint a közepesen-alacsony jövedelmű országokban (VILÁGBANK 2019) megfigyelhető rapid urbanizációs folyamatok, a megvárosok szaporodása és magasan urbanizált területek expanziója szintén táptalajul szolgált a megosztáson alapuló gazdaság számára (SUNDARAJAN, A. 2016; LAGONIGRO, R. ET AL 2020).

Összefoglalva megfogalmazható tehát, hogy a megosztáson alapuló gazdaság kialakulását egyaránt ösztönözték technológiai, társadalmi és gazdasági tényezők, valamint azok bonyolult kölcsönhatásrendszere.

² A számok a keresési érdeklődést jelzik a grafikon legmagasabb pontjához képest az adott régióban és időszakban. A 100-as érték a kifejezés legnagyobb népszerűsége; az 50-es érték azt jelzi, hogy a kifejezés feleannyira népszerű. A 0 azt jelenti, hogy nem áll rendelkezésre elég adat a kifejezéshez.

2. 3. A megosztáson alapuló gazdaság meghatározásának egy lehetséges megközelítése

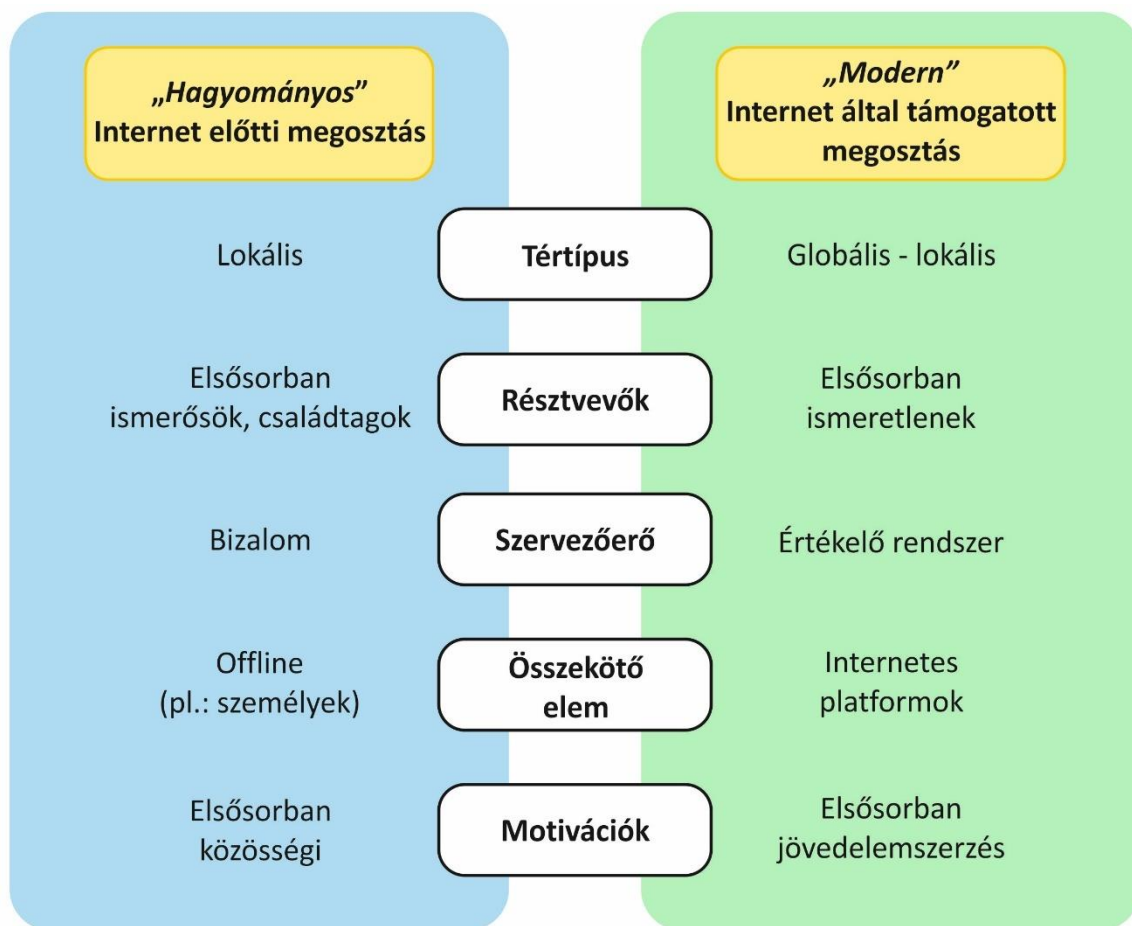
A jelenség létrejöttét elősegítő folyamatok kiemelése után fontos meghatározni, hogy mi is az a megosztáson alapuló gazdaság, mely nem csekély kihívás annak tükrében, hogy bár számos definiálási kísérlet született, máig nem létezik a szakirodalomban egységesen elfogadott meghatározása (MONT, O. ET AL 2020; GERWE, O. – SILVA, R. 2020; FELLÄNDER, A. ET AL 2015). Ezt számos tényező nehezíti, ilyen maga a fogalom ellentmondásossága, ahogy erre hazai kutatók (LAZÁNYI O. ET AL 2020) is rámutatnak a „megosztás”, mint közösségre, illetve „gazdaság”, mint idegenek közti tranzakciók gyakorlatai szembeállíthatók egymással. További kihívást jelent, hogy a koncepcióhoz kapcsolódó szereplők, tevékenységek sokszínűsége (GONZALEZ-PADRON, T. L 2017; NEWLANDS, G. ET AL 2018; LIM, W. M. 2020; PUSCHMANN, T. – ALT, R. 2016), eltérő érdekei mellett komplex és dinamikus változik.

Első lépésként érdemes tisztázni a megosztás fogalmát, hiszen a mai értelemben, egyúttal a dolgozatban használt megosztás nem egyezik meg a hagyományos, internet előtti időszakban ismert tevékenységgel: ez a kifejezés (is) új tartalmakkal töltődött fel az elmúlt évtizedek során, ahogy arra példaként John N. A. könyve is utal (JOHN, N. A. 2017).

A megosztás klasszikus értelemben olyan, az emberiséggel egyidős, egyetemes és viszonylag tág fogalmat jelöl, mely során az egyén javait, tudását vagy egyéb, általa birtokolt tárgyat mások számára ideiglenesen (vagy véglegesen) használatra bocsátja (BELK, R. 2007). Az internet hatására kialakuló új vagy addigitól eltérő megosztást a szakirodalomban is igyekeznek valahogyan elkülöníteni, például BELK, R. (2014), aki pszeudo-megosztásként utal rá. Hangsúlyozza, hogy ez a típus már főleg profitszerzésre koncentrál, a motivációk között megjelenik a jövedelemkiegészítés. Más kutatók „ismeretlenek közötti megosztásnak” („stranger sharing”) (SCHOR, J. 2016) nevezik, ahol újdonságát a léptékváltás hordozza. A kutatók azt is kiemelik, hogy jelenleg már nem klasszikus megosztásról (BELK, R. 2007; JOHN, N.A. 2017), hanem egyre inkább elosztásról (DUDÁS G. – BOROS L. 2019) van szó.

A következő ábrán kiemelem a két típus legfontosabb különbségeit. Összesen öt jellemvonás mentén különítettem el a „hagyományos” és a „modern”, az internet által támogatott megosztás egyes vonásait, melyben több, a témával kapcsolatos kutatás megállapításait is beillesztettem (1., 2. és 5. sor).

Az első kettő a SCHOR, J. (2016) által azonosított elemekre utal: a technológiai változások lehetővé tették, hogy a közeli családtagok, szomszédok, ismerősök helyett ismeretlenek és akár nagy távolságra lévő személyek között is lehetővé váljon a javak megosztása, vagyis, hogy ez részben elszakadjon azoktól a földrajzi korlátoktól, vagy legalábbis lehetőséget teremtsen rá.



3. ábra A „hagyományos” és „modern” megosztás jellemzői

Belk (2007) és Schor (2016) nyomán szerk. Bálint D.

Azonban ebből szükségszerűen nem következik, hogy egymástól térben és társadalmi státuszban egyaránt távol lévő személyek ténylegesen folytatnak majd tranzakciókat.

A téma kutatása és a disszertáció szempontjából is különösen fontos kiemelni, hogy a megosztásnak (is) van területisége: a legtöbb esetben offline térben, ott is lokális terekben valósul meg, valamint azokban a sűrűsödési pontokban, ahol a népesség és a javak koncentrálnak. Éppen azért a megosztáson alapuló gazdaságot általában tekinthetjük egy elsősorban urbánus terekhez kötött jelenségnek, melyben azonban megfigyelhetők történelmi-kulturális vagy gazdasági okokra visszavezethető helyi eltérések. A tényleges részvétel esetén számos „belépési küszöb” -öt azonosíthatunk, mely meghatározhatja, hogy egy adott személy mekkora valószínűséggel fogja megosztani például ingatlanját, gépkocsiját vagy használati eszközeit, melyek közül olyan mérhető tényezők, mint a földrajzi helyzet vagy az általuk birtokolt erőforrás megléte mellett egy másik, jóval puhább tényező is szerepet játszik. A platformok mesterséges, internetes értékelő-rendszereken (reputation systems) keresztül

igyekeznek elősegíteni az ismeretlenek közötti bizalmat, valamint azzal, hogy a felhasználók közösségi média profiljait összekötik, így a résztvevők egymás online lábnyoma révén előzetes információkhoz juthatnak a tranzakciót megelőzően. Hatékonyságukkal kapcsolatban ugyanakkor számos kritika is megfogalmazódott, SLEE, T. (2017) a megosztáson alapuló gazdaság negatívumait bemutató könyvében például empirikus vizsgálatokkal támasztotta alá azon állítását, miszerint az említett rendszerek alkalmatlanok az ismeretlenek közti bizalom tényleges növelésére.

A következő, egyben utolsó különbség, hogy míg a korábbiakban több eszköz vagy a személyes kapcsolatok tették lehetővé a javak elosztását, addig a tranzakciók koordinálását most online platformok végzik, melyek általában egy-egy tevékenységre (pl. szálláskiadás, magántanárok) szerveződnek. A későbbi fejezetekben a második oszlopban szereplő jellemzőket konkrét példákon keresztül is bemutatom, a fejezet további részében pedig a megosztáson alapuló gazdaság elnevezéseit és társfogalmait gyűjtöm össze.

Fontos hangsúlyozni, hogy valójában nem találkozhatunk két egymástól élesen különböző hagyományos vagy modern típusú megosztással, sokkal inkább jellemző a mozaikosság, az egymás mellett párhuzamosan létező hibrid típusok. Ezt tovább árnyalja, hogy a vállalatok egy csoportja igyekszik a megosztáson alapuló gazdaság ernyője alá kerülni, részének tekinteni magát, főként marketing szempontok miatt (share-washing – PRICE, L. L. – BELK, R. W. 2016). A másik oldalról, az ismeretlenek közti megosztás mellett, azzal párhuzamosan tovább él a közeli, családtagok, barátok közti megosztási forma, melyek jellegében nagyon hasonlítanak a platformokon végbemenő tranzakciókhoz, ám ezek más célból, nem profitorientáltság, hanem tisztán közösségi célból szerveződnek.

A klasszikus árucserét vagy e-kereskedelmet azonban, amikor a tulajdonjog is átruházásra kerül (pl. használt eszközök eladása), ahogy más kutatók, így a dolgozatban én sem tekintem a megosztáson alapuló gazdaság részének, ezeket tehát a későbbiekben nem fogom érinteni.

Mindezek után kijelenthető, hogy a modern megosztás nem a hagyományos, klasszikus értelemben vett altruista tevékenységre épül, számos olyan vonással rendelkezik, mely eltér offline elődjétől. Földrajzi perspektívából újdonságát az szolgáltatja, hogy nem csupán lokálisan és a benne résztvevők körére, de más társadalmi csoportokra és távolabbi területekre is hatással van.

Mivel tehát nem áll rendelkezésre egységesen használt definíció, mely segítségével pontosan körülhatárolható a megosztáson alapuló gazdaság egésze (DUDÁS G. – BOROS L. 2019) ezért annak inkább azon elemeit szeretném kiemelni ebben a részben, melyek a meghatározására tett kísérletekben következetesen megjelennek, megegyeznek. A célom az, hogy azonosítsam

azokat a tényezőket, amelyek egyértelműen és a jelenlegi definícióknál élesebben körülhatárolják a fogalmat. közös alapot szolgáltatnak a kutatás további részéhez.

Értelmezési nehézségei jórészt a jelenség természetéből fakadnak (FRENKEN, K. – SCHOR, J. 2019). Az első ok, hogy a koncepciót számos tudományterület, sokféle perspektívából vizsgálja, mely annak is köszönhető, hogy a platformok tevékenysége nem korlátozódik egy-egy szektorra és meglehetősen sokszínű tevékenységeket foglal magában. A szakterületek között a szociológia, földrajztudomány, jog, közgazdaságtudomány, információ-technológiai és műszaki területek hangsúlyosak. SUTHERLAND, W. – JARRAHI, M. H. (2018) a témában született publikációkat elemezve 10 tudományterületet különített el (Web of Science felosztás szerint), ahol a megosztáson alapuló gazdaság leginkább elterjedt. Az interdiszciplináris jelleg ugyanakkor nehezíti az egységes meghatározást, viszont egyben teret ad a geográfiai vizsgálatoknak.

Sikeres definiálását még továbbá hátráltatja, hogy a jelenlegi koncepció közel egy évtizede ismertjelent meg, így az utóbbi évek nagyszámú (SUTHERLAND, W. – JARRAHI, M. H. 2018) publikációi ellenére is újdonságnak számít ez a típusú üzleti modell. A folyamatosan változó technológiai, gazdasági és társadalmi környezet pedig gyorsan a fogalmak és vizsgálati keretek elavulásához vezethet. A témával kapcsolatban érdemes kiemelni azt is, hogy egyes kutatók eltérően értékelik a megosztáson alapuló gazdaság jelentőségét.

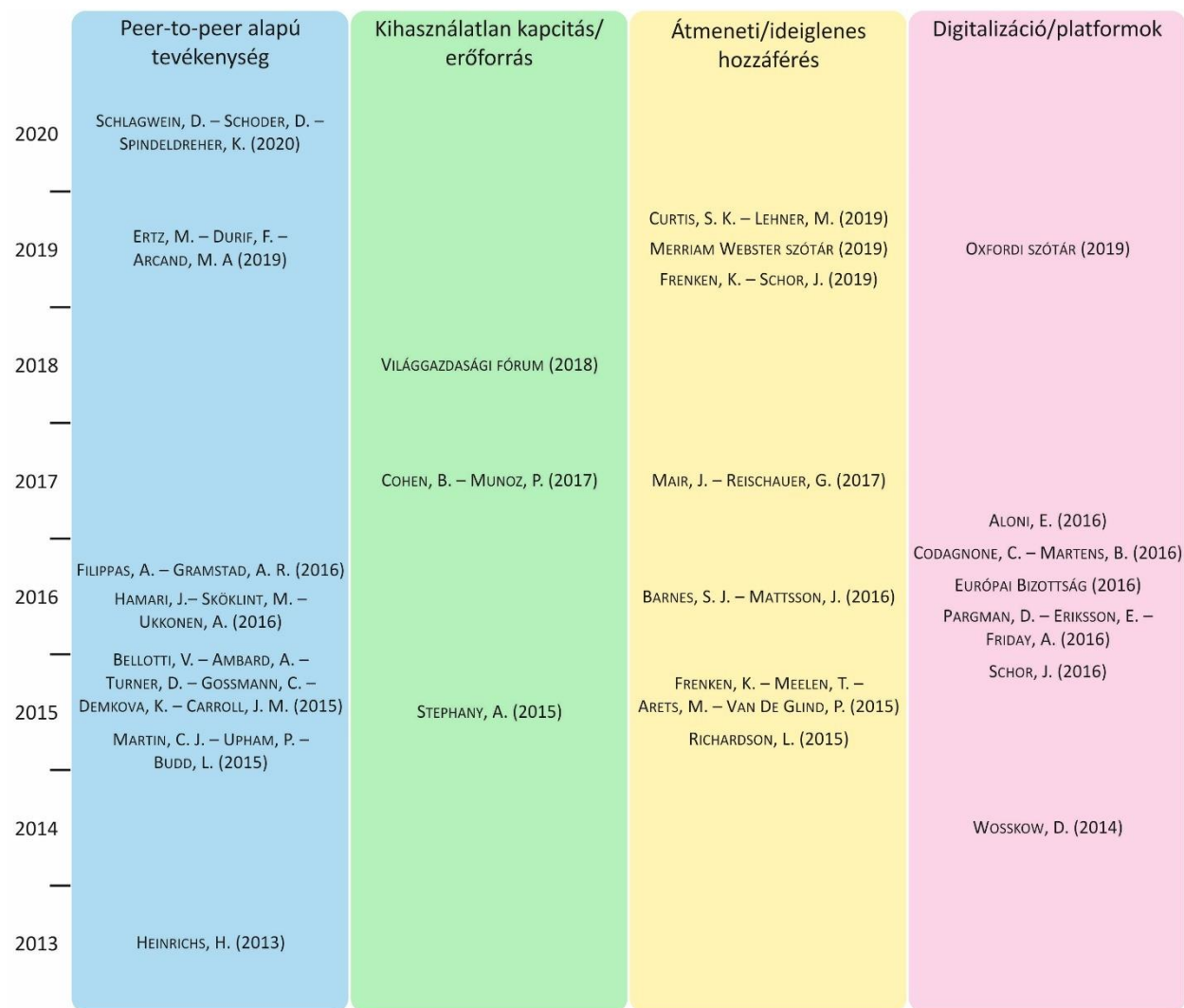
A gyűjtőfogalomban ráadásul több, egymástól eltérő modell szerepel egymás mellett, melyek a platform gazdasághoz, a hozzáférés-alapú gazdasághoz és a közösségi-alapú gazdaság részei alá tartoznak (ACQUIER, A. ET AL 2017; LAUKKANEN, M. – TURA, N. 2020; RITTER, M. – SCHANZ, H. 2019; APTE, U. M. – DAVIS, M. M. 2019).

A szakirodalomban éppen ezért jellemzőek a trend nélkülözhetetlen elemeinek összegyűjtése és kiemelése főként ko-citációs elemzés segítségével. Ilyen 2018-ból egy Egy 2018-as, 67 publikációt elemző kutatás, amely 11 közös elemet határozott meg a megosztáson alapuló gazdaság konceptuális hátterének megalkotásához (RANJBARI, M., – MORALES-ALONSO, G., – CARRASCO-GALLEGO, R. 2018), erre a kutatásra disszertációmban építkeztem és az itt szereplő közös elemeket tovább szűkít. em. Másik példa kínai szerzők (LIU, C. 2020) munkája, ahol 7 nélkülözhetetlen elemet emelnek ki, melyek közös nevezőként összekapcsolják a megosztáson alapuló gazdaság gyűjtőfogalmát. Hazai szerzők ennél szűkítettebben, mindössze két elemet kiemelve (digitális platform, meghatározott termék igénybevétele) határolják le a modellt (BUDA G. – LEHOTA J. 2017), addig CHASE, R. (2015) pedig három tényező (platformok, peer-to-peer interakció és kihasználatlan erőforrások) meglétét tartja alapvetőnek a modellhez kapcsolódóan (CHASE, R. 2015).

Disszertációmiban a HOSSAIN, M. (2020) által azonosított, a témában megjelent népszerű (legmagasabb független hivatkozással rendelkező) publikációk és hivatkozásaik alapján 24 olyan definíciót jelenítettem meg, amelyek a 2010-es évek második felében, a megosztáson alapuló gazdaság népszerűségének rapid növekedésére reflektálva jelentek meg a szakirodalomban (4. ábra). Kiválasztásukkal az volt a célom, hogy elkerüljem a jelenség kezdeti időszakának túlzottan leegyszerűsítő meghatározásait. A gyűjtőfogalomban ráadásul több, egymástól modell szerepel egymás mellett, melyek a platform gazdasághoz, a hozzáférés-alapú gazdasághoz és a közösségi-alapú gazdaság részei alá tartoznak (ACQUIER, A. ET AL 2017; LAUKKANEN, M. – TURA, N. 2020).

A következő oldalon lévő ábrán és táblázatban látható, hogy a kiválasztott publikációk között nemcsak tanulmányok, de szótárak letisztultabb meghatározásai is megtalálhatók.

A gyűjtés során figyelembe vettem továbbá azt, hogy több tudományterületről származzanak az írások és olyan, magas hivatkozásszámú publikációkban szerepeljenek, melyek fontos szerepet töltenek be a jelenség definiálásában.



4. ábra A megosztáson alapuló gazdaság definíciói a közös elemek és a publikálás éve alapján

Szerk.: Bálint D.

Szerkesztette: Bálint D.

Forrás	Definíció
HEINRICHS, H. (2013)	„Magánszemélyek általi csere, terjesztés, bérbeadás, megosztás és információk, javak és tehetségek adományozása.”
WOSSKOW, D. (2014)	„Online platformok, amelyek a magánszemélyeket segítik abban, hogy erőforrásaikat, idejüket, szakértelmüket hozzáférhetővé tegyék.”
MARTIN, C. J. – UPHAM, P. – BUDD, L. (2015)	„Online platformok csoportja, melyek elősegítik a gazdasági tevékenységek peer-to-peer formáit.”
BELLOTTI, V. – AMBARD, A. – TURNER, D. – GOSSMANN, C. – DEMKOVA, K. – CARROLL, J. M. (2015)	„Sokszínű peer tevékenységekre utal (for-profit vagy nonprofit) amelynek két jellemző vonása van. Ezek a webes, valamint mobiltechnológiák, illetve az erőforrások/eszközök hatékony felhasználása.”
STEPHANY, A. (2015)	„A kihasználatlan eszközök online válnak elérhetővé a közösség számára.”
FRENKEN, K. – MEELEN, T. – ARETS, M. – VAN DE GLIND, P. (2015)	„A sharing economy az a jelenség, amely során a fogyasztók egymásnak átmeneti hozzáférést biztosítanak kihasználatlan eszközeiknek.”
RICHARDSON, L. (2015)	„A megosztáson alapuló gazdaság a digitális platformokon keresztül elősegített tevékenységek köré épül, amelyek lehetővé teszik az árukhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáférést.”
FILIPPAS, A. – GRAMSTAD, A. R. (2016)	„Egy olyan új típusú piactípus, ahol a tranzakciók magánszemélyek (társak) között zajlanak.”
HAMARI, J. – SJÖKLINT, M. – UKKONEN, A. (2016)	„Olyan peer-to-peer alapú tevékenységeket takar (a koncepció), amely során egyének közösségi alapú online szolgáltatások révén adják, szerzik vagy osztják meg az árukhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáférést.”
BARNES, S. J. – MATTSSON, J. (2016)	„Olyan termékek vagy szolgáltatások hozzáférés-alapú fogyasztását foglalja magában, amelyek megvalósulhatnak online vagy offline.”
EURÓPAI BIZOTTSÁG (2016)	„Olyan üzleti modellre utal, melynek keretében a tevékenységeket olyan együttműködési platformok könnyítik meg, amelyek nyitott hozzáférésű piacra hoznak létre a gyakran magánszemélyek által kínált áruk és szolgáltatások időleges használatához.”
PARGMAN, D. – ERIKSSON, E. – FRIDAY, A. (2016)	„A digitális világ révén lehetővé válik, hogy a fizikai erőforrások (beleértve a fizikai teret) jobban kihasználhatók és olcsón megoszthatók a digitális eszközök és platformok által, melyek segítik a szükséges koordinációt.”
SCHOR, J. (2016)	„Digitálisan összekapcsolt gazdasági tevékenységek halmaza.”
ALONI, E. (2016)	„Olyan gazdasági tevékenység, amelyben a webes platformok megkönnyítik a különféle típusú áruk és szolgáltatások peer-to-peer cseréjét.”

CODAGNONE, C. – MARTENS, B. (2016)	„Azoknak a digitális kereskedelmi és nonprofit platformoknak a széles skáláját jelöli, amelyek elősegítik a szereplők közötti cserék megvalósulását különböző interakciók által.”
COHEN, B. – MUNOZ, P. (2017)	„Olyan társadalmi-gazdasági rendszer, amely lehetővé teszi az áruk és szolgáltatások közvetített cseréjét egyének és szervezetek között, annak érdekében, hogy növeljék a ki nem használt erőforrások hatékonyságát.”
MAIR, J. - REISCHAUER, G. (2017)	„A megosztáson alapuló gazdaságot olyan piacok hálójaként definiáljuk, ahol az egyének a kompenzáció különféle formáit alkalmazzák az erőforrások újraelosztásának és az azokhoz való hozzáférésnek a lebonyolítására, amelyet egy szervezet által üzemeltetett digitális platform közvetít.”
VILÁGGAZDASÁGI FÓRUM (2018)	„Olyan gazdasági modell, ami a kihasználatlan tárgyak/eszközök megosztására fókuszál, for-profit vagy nonprofit alapon, olyan módokon, mely hozzájárul a fenntarthatósághoz, hatékonysághoz és közösségépítéshez.”
ERTZ, M. – DURIF, F. – ARCAND, M. A (2019)	„Peer-to-peer alapú tevékenység (is), amelynek célja az árukhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáférés megszerzése, megadása vagy megosztása, közösségi alapú online szolgáltatások révén összehangolva.”
FRENKEN, K. – SCHOR, J. (2019)	„A fogyasztók ideiglenes hozzáférést nyújtanak kihasználatlan fizikai eszközeikhez – rendszerint pénzért.”
CURTIS, S. K. – LEHNER, M. (2019)	„Olyan társadalmi-gazdasági rendszer, amely a technológiát felhasználva koordinálja a kétoldali piacokat, amelyek megkönnyítik az alulhasznosított, kézzelfogható és versenyképes áruk ideiglenes hozzáférését.”
MERRIAM-WEBSTER (2019)	„Olyan gazdasági tevékenység, amely magában foglalja azon tevékenységeket, ahol magánszemélyek ideiglenes hozzáférést vesznek vagy adnak árukhoz, szolgáltatásokhoz, főként online vállalaton vagy szervezeten keresztül.
OXFORDI SZÓTÁR (2019)	„Olyan gazdasági rendszer, ahol az emberek megoszthatják javaikat, szolgáltatásaikat rendszerint interneten keresztül.”
SCHLAGWEIN, D. – SCHODER, D. – SPINDELDREHER, K. (2020)	„A megosztáson alapuló gazdaság egy IT eszközökkel támogatott peer-to-peer modell a kihasználatlan áruk és szolgáltatások kereskedelmi vagy nem kereskedelmi célú megosztására közvetítőn keresztül a tulajdonjog átruházása nélkül.”

Az táblázat alapján látható, hogy ahogy GÖRÖG, G. (2018) megjegyzi a definíciók többé-kevésbé hasonlóak, de nem ugyanazok. A meghatározások a modell különböző aspektusait helyezik előtérbe. Példaként egy részük a digitalizációhoz, azon belül is a platformokhoz kötődik. A táblázatban két olyan fogalom szerepel, mely részletesebb magyarázatra szorul. Használatuk egybeforrt a gyűjtőfogalommal, azonban nem csak a téma szakirodalmában, hanem általános

értelemben, egyéb területeken is használatosak más-más jelentéstartalommal bírnak. Éppen ezért, ismertségük miatt fontos tisztázni azt, hogy mit is értek a dolgozatban ezen kifejezések alatt. Ide tartozik maga a platform, valamint az online interakciók szavak. Előbbi tulajdonképpen a személyek összekötését biztosító online felületet jelenti, amely nonprofit vagy for-profit formában is összekötheti az egyes szereplőket. Ezek tulajdonképpen a megosztáson alapuló gazdaság olyan cégeinek tekinthetők, melyek egy jól körülhatárolható profillal rendelkeznek. Az online interakciók nem magára az összekötő felületre, hanem az ott zajló tevékenységekre vonatkoznak. Az interakció ezzel szemben magát a tevékenységet, olyan tranzakciót jelent, amely során megtörténik a kihasználatlan kapacitás megosztása két fél között. A másik két elem tehát szorosan összefügg egymással: a disszertáció további részében ezeket a kifejezéseket fogom használni.

A táblázat azt is elénk tárja, hogy a definíciók egy része egészen más aspektusait emeli ki a fogalomnak. Ilyen példaként az ideiglenes hozzáférés, tehát a tulajdonviszony változásával történő tranzakciók (mint például a használt tárgyak eladása) nem tartoznak bele a megosztáson alapuló gazdaságba. Még akkor sem, ha az online platformon keresztül valósul meg. A hozzáféréshez kihasználatlan kapacitás is szükséges, mely jelenthet tárgyakat (pl. ingatlan) és szellemi javakat egyaránt. Egyes internetes kezdeményezések, mint például a Wikipédia vagy más, magánszemélyek által létrehozott oldalak a megosztáson alapuló gazdaság egyik előfutárjainak tekinthetők, de a szűkebb meghatározások szerint nem részei. A peer-to-peer, vagyis magánszemélyek által létrejövő tranzakciók a meghatározások egyik klasszikus vonalát képviselik (ALONI, E. 2016; WOSSKOW, D. 2014; PARGMAN, D. ET AL 2016), ahol kiesik a hagyományos szolgáltató (pl. szálloda vagy taxitársaság) és feladatait a platform veszi át.

Az ábra egyúttal rámutat egyéb definíciós kihívásokra is, mint például arra, hogy a kutatók rendszerint vagy túlságosan tágan, vagy leszűkítve értelmezik a fogalmat és más-más léptékben értelmezik a modellt. CODAGNONE, C. – MARTENS, B. (2016) például a felhasználók közötti kapcsolatok szerint ide veszi a tisztán üzleti és a magánszemélyek számára nyújtott business-to-peer szolgáltatásokat is, mint például az autóbérlés vagy autókölcsönzés. Ezzel szemben egyes publikációk (HAMARI, J. ET AL 2016; MARTIN, C. J. ET AL 2015; WOSSKOW, D. 2014) kizárólag a magánszemélyek közötti megosztást tekintik a koncepció részének. Ez a fajta eltérő léptékű meghatározás és szeletelés végigkíséri a definíciók evolúcióját, melyek egyre inkább a komplexebb, ugyanakkor jól körülhatárolt megfogalmazások irányába fejlődnek.

A meghatározási kísérletek szerencsésebb esetekben kontinuumban vagy mátrixban ábrázolják a legfontosabb elemeket (DUDÁS G. – BOROS L. 2019). A jelenség szeletekre való felosztását szintén prezentálja az a mintázat, miszerint egyes definíciókban a megosztás tárgya kizárólag

fizikai eszköz (CURTIS, S. K. – LEHNER, M. 2019), míg más kutatók a magánszemélyek idejét és szakértelmét is ide sorolják (MERRIAM-WEBSTER 2019). Egy vitatott differenciálás a piaci orientáció szerint megy végbe, mely alapján a definíciók egy része a for- és nonprofit tranzakciókat is a gazdaság egészéhez kapcsolják. Mindezek a kihívások a fogalom ernyő-jellegéből adódnak.

A szakirodalom feldolgozása és a táblázat elemzése alapján négy olyan elemet különítettem el, mely a meghatározások túlnyomó részében hangsúlyosan jelen van és melyek a megosztáson alapuló gazdaság szűkebben vett értelmezéséhez biztosítanak közös nevezőt.

Ezeket a disszertációban használt megosztáson alapuló gazdaság fogalmának négy alappillérenek tekintem, mely alapján disszertációmot fókuszálom: ezek a magánszemélyek közvetlen összekapcsolása (1), a kihasználatlan kapacitások megosztása (2), az átmeneti jelleg (3), valamint a digitalizáció és az online platformok (4).

Mindezekre támaszkodva a megosztáson alapuló gazdaságot olyan, digitális alapon létrejövő komplex ökoszisztéma részének tekintem, ahol a magánszemélyek (vagy gazdasági szereplők) egyaránt új módokon szervezhetik a szellemi vagy fizikai javak hatékonyabb kihasználását, mely során az online platformok közvetítése révén hozzáférhetővé teszik azokat a társadalom széles tömegei számára. A megosztás ebben a kontextusban tehát különbözik a hagyományos értelemben vett altruista hozzáállástól, sokkal inkább olyan gazdasági tevékenységhez áll közelebb, mint például a bérbeadás.

A további fejezetek során erre a meghatározásra támaszkodom, mellyel kijelölöm a vizsgálati téma határait.

Ezt követően a négy alappillér egyikére, magára a platformra koncentrálok, mely a vizsgálati alapegységet képezi. melyek a gazdaság építő kövei és egyben az elemzés szakirodalomra alapozott fókuszát adják.

2. 4. A megosztáson alapuló gazdaság építőköveinek vizsgálata: az online platformok

Disszertációmban továbbiakban a megosztáson alapuló gazdaság szűkebb, a beazonosított alappillérekre épülő meghatározására támaszkodom. Ez természetesen nem jelent egy kizárólagos definíciót, csupán a téma megkerülhetetlen fókuszálásához szükséges lehatárolást, így a konceptuális keretrendszer révén lehetővé válik tudományos igényű vizsgálat lefolytatása. Előtte azonban az egyik alappillért, a platformokat külön is kiemelném, mivel a témában megjelent publikációk alapján megállapítható: a megosztáson alapuló gazdaság vizsgálata nem választható szét a platformok kutatásától (KIM, M. J. 2019; WIRTZ, J. – SO, K. K. F. – MODY, M. A. – LIU, S. Q. – CHUN, H. H. 2019). A platformok kiemelkedő szerepet töltenek be a digitális

ökoszisztémában és azon belül, a megosztáson alapuló gazdaság szűkebben értelmezett modelljében egyaránt, utóbbi esetben alapvetően határozzák meg például a tranzakciók típusát, a tevékenységeket vagy a résztvevők körét (CODAGNONE, C. – MARTENS, B. 2016). Egyre jelentősebb szerepet játszanak a világgazdaságban is, melyet az is mutat, hogy 2016-ban a világ tíz legnagyobb vállalata közül hat kötődött a közvetítő platformokhoz (WORLD ECONOMIC FORUM 2017).

A fejezetben elsőként beazonosítom, hogy mit is értek a disszertációban platform elnevezés alatt, valamint tovább fókuszálom a kutatási témát. Ezen kívül kategorizálom őket, elemzem a rajtuk végbemenő online tranzakciót, illetve a szakirodalmi feldolgozás mentén azonosítok három lehetséges nagy vizsgálati irányt.

Az előző részhez hasonlóan itt is megkerülhetetlen lépés a fogalom körülhatárolása, mely hasonló, ha nem nagyobb kihívásokat rejteget, mint a megosztáson alapuló gazdaság esetén megfigyelhető. A platform széleskörben használt kifejezés, így többek közt a számítástechnika, a műszaki tudományok, a közlekedéstudomány, a marketing területén is megjelenik, a megosztáshoz hasonlóan az információs kor pedig ezt is új jelentéstartalommal töltötte fel. A technológiai fejlődés folytán platformként hivatkoznak a teljesség igénye nélkül az alábbiakra: keresőmotorok, közösségi média, szoftverek, fizetési rendszerek, e-kereskedelem, közvetítő platformok (OECD 2019). Ezeket összefoglalóan a platform-alapú gazdaság vagy platform-kapitalizmus (KENNEY, M. – ZYSMAN, J. 2020) címkével is jellemzik, tovább bonyolítva az amúgy is komplex képet. Megfigyelhető, hogy a platformgazdaság gyűjtőfogalma alatt, a publikációk tartalmában hangsúlyosan jelen vannak a munkaerőpiac és a foglalkoztatás tematikájú írások (HUWS, U. 2016; FABO, B. ET AL 2017; MESZMANN, T. T. 2018; LEHDONVIRTA, V. 2018; HAGIU, A. – WRIGHT, J. 2019; MUNTANER, C. 2018), ami utal arra, hogy a munka kereteit átalakító, platform-alapú szervezése a mindennapokban az egyik legjobban érzékelhető (és mérhető) aspektusa mindezen folyamatoknak. DE GROEN, W. – MASELLI, I. (2016) jelentésükben kiemelik a főbb lehetséges kihívásokat, melyek az adózáshoz, a munkavállalók szociális védelméhez, valamint az adminisztrációhoz kapcsolódnak, másrészt a platformok lehetséges előnyeit is, miszerint új, korábban kimaradó csoportokat segítenek a munkaerőpiacra.

A két „jelzős gazdaság” tulajdonképpen jelentős átfedést mutat, ugyanarra koncentrálnak csupán eltérő megközelítésben: míg a platformgazdaságban ez a fókusz a digitális felület, addig a megosztáson alapuló gazdaság esetén a törésvonal máshol található: a tulajdonlás helyett a hozzáférés kerül középpontba.

Lényegét tekintve, GAWER, A. (2014) megfogalmazásában a „platformok olyan változó szervezetek vagy metaszervezetek, melyek egyesítik és koordinálják a különböző gazdasági

szereplőket, értékteremtést hozva létre a méretgazdaságosság generálása és kiaknázása révén a piacok keresleti vagy kínálati oldalán”. A meghatározásra támaszkodva kijelenthető, hogy a platform egy olyan digitális alapon működő szerveződési forma, amely természetes következményeként jött létre az előző fejezetben bemutatott folyamatoknak, kiemelten az információs és kommunikációs technológiák térnyerésének.

A megosztáson alapuló és platformgazdaság közös, egy kisebb halmazát alkotják azok a közvetítő platformok, melyek egy online felületen, meghatározott célból kapcsolják össze a felhasználókat – kutatásom során ezt a metszetet értem platform alatt.

Mindezek után megállapítható, hogy a platformok területi hatásainak vizsgálata nem képezheti a disszertáció tárgyát, nem csupán a (társadalmi-gazdasági-politikai) kontextus hiánya miatt, hanem azért is, mivel még a szűkebben értelmezett platformok esetén is egy olyan gyűjtőfogalomhoz jutunk el, mely önmagában túl sok mindent foglal magában ahhoz, hogy vizsgálatuk során általános eredményeket, majd következtetéseket lehessen levonni. Szükséges tehát nem csupán a platform fogalmának meghatározása, de valamilyen szempont alapján a vizsgálatba bevont szervezet kontextusának megismerése is.

2. 4. 1. A platformok tipizálása

A platformok sokszínűségük és komplexitásuk okán (SCHOR, J. 2016) számtalan módon kategorizálhatók különböző előre meghatározott dimenziók mentén (DUDÁS G. – BOROS L. 2019; WIRTZ, J. – SO, K. K. F. – MODY, M. A. – LIU, S. Q. – CHUN, H. H. 2019; SCHOR, J. B. – ATTWOOD-CHARLES, W. 2017). A publikációkban változatos megközelítésekkel lehet találkozni, legelterjedtebb közülük SCHOR, J. (2016) kétdimenziós mátrixa, mely a résztvevők köre, valamint a piaci orientáció alapján rendszerezi a platformokat.

Ebben a részben többször váltok a platformok tágabb és szűkebb értelmezése között, mivel a kategorizálások eltérő szemlélet szerint csoportosítják azokat, azonban ez nem gátolja meg azt, hogy az alfejezet végére kijelöljem a kutatás fő csapásvonalát adó platformok körét. A szempontok közül elsőként kettőt szeretnék részletesebben kiemelni, melyek a már korábban meghatározott alappillérekhez kötődnek.

Az első a résztvevők köre szerinti csoportosítás, mely alapján három nagy kategóriába oszthatók a platformok: lehetnek közvetlenül magánszemélyeket összekötő, úgynevezett peer-to-peer (P2P) (1), üzleteket és magánszemélyeket összekötő business-to-peer (B2P) (2), illetve kizárólag üzleti szereplőket összekötő business-to-business (B2B) (3) változatok. Az egyes típusok modellje és működése eltér egymástól.

A megosztáson alapuló gazdaság címszó alatt eltérő üzleti modellel rendelkező platformok kerülhetnek a vizsgálatok homlokterébe, de közülük is leggyakrabban az első csoportba sorolható, peer-to-peer platformok azok, melyek jellemzően empirikus vizsgálatok tárgyát képezik (HAWLITSCHKEK, F. – TEUBNER, T. – GIMPEL, H. 2016; ANDERSSON, M. ET AL 2013; WIRTZ, J. ET AL 2019) – ezt az összegyűjtött definíciók is alátámasztják.

Disszertációmban kizárólag ezekre fókuszálok, a másik két modellt két okból nem vizsgálom: a lehatárolás szükségessége és újszerűségük miatt. A B2P és a B2B tranzakciók esetén jellemzően a már korábban, a modell megjelenése előtt létező, hagyományos szolgáltatók is beépítenek a jelenséghez kapcsolódó elemeket működésükbe, illetve más esetben online jelenléttel egészítik ki profiljukat. Ezek a platformok egy sokkal nagyobb szeletét teszik ki a digitális ökoszisztémának, hiszen a digitalizáció és a mindennapi szokások átalakulása miatt az online tér valamennyi gazdasági szereplő profiljában megtalálható.

A peer-to-peer tranzakciók abban különböznek az említett kategóriáktól, hogy rendszerint új, korábban nem létező platformok, egyúttal társadalmi-gazdasági kihívások létrejöttét eredményezik és a tranzakciók jellegében is eltérést mutatnak, hiszen alapvetően szervezik újra az elosztást, a magánszemélyeket közvetlenül, hagyományos szolgáltató megléte nélkül kapcsolják össze. Ennek következtében átalakul a mindennapi tevékenységek nagy része, decentralizált, a korábbi struktúrákat felborító, romboló jellegű piactereket eredményezve.

Ez a jelenség új kérdéseket is felvet, valamint számos dilemma elé állítja a kutatókat, melyek közé tartozik maga a peer-to-peer platformok vizsgálata is. Mégpedig azért, mert tisztán, kizárólag magánszemélyeket összekötő platformok csak elvétve találhatók, többségük olyan hibrid típus, ahol jelen vannak üzleti tevékenységet folytató cégek is, ahogy például ez megfigyelhető többek között a szálláskiadás vagy a közlekedés területén. Ezek olyan peer-to-peer platformoknak tekinthetők, melyeknél növekedésük folyamata során a tiszta-megosztó elemek (BELK, R. 2014), mellett előbb-utóbb az intézményesüléssel párhuzamosan megjelennek egyéb üzleti tevékenységek, azonban ettől még fő profiljuk továbbra is a magánszemélyek fogyasztóként és szolgáltatóként való összekapcsolása marad. Az egyes platformokon működő magánszemélyek/üzleti vállalkozások aránya érzékeny adat, melyhez jellemzően nem lehet hozzáférni, ez pedig szabályozásukat és kutatásukat is megnehezíti. Utóbbi esetben a nyilvánosan elérhető listák és szolgáltatások legyűjtése vagy egyéb alternatív módszerek (DUDÁS, G. – BOROS, L. 2019) révén válik lehetségessé elemzésük.

A szabályozás oldaláról gyakran felmerül a kérdés: hol a határ az egyéni vállalkozóként jelen lévő, a peer-to-peer platformokon jövedelemkiegészítést végző személyek és a profitot termelő üzleti vállalkozások között? A szervezeteket célzottan szabályozni kívánó jogszabályok nem

minden esetben veszik figyelembe ezt a heterogenitást. Példaként az a magánszemély, aki kifejezetten egy platform népszerűsége miatt vásárol ingatlanokat a későbbi kiadás céljából, ebben az esetben ugyanolyan szabályozás alá eshet, mint más, aki csak egyetlen alkalommal és rövid időre bocsátaná rendelkezésre tulajdonát. Látható tehát, hogy a platformra koncentrázó szabályozás a mozaikosság miatt kihívásokba ütközhet a szolgáltató oldal eltérő motivációi következtében, ugyanakkor ez a fajta sokszínűség egy másik jelenségre is rámutat. Arra, hogy egyre inkább olyan struktúrák épülnek ki a platformokon (is), melyek hasonlítanak a korábbi, hagyományos szolgáltatásokra, így a felületen keresztül valamilyen szinten megjelennek olyan, az online platformok előtti szolgáltatások területéről ismert elemek, mint például a minőségbiztosítás. Összességében megállapítható, hogy a kezdeti idealisztikus, a társadalmi tőke vagy a fenntarthatóság szerepét hangsúlyozó jelszavakat (POURI, M. J. – HILTY, L. M. 2018; MCLAREN, D. – AGYEMAN, J. 2015; MODY, M. ET AL 2019) követően a platformok többsége olyan folyamaton ment keresztül, mely során javarészt profitorientált, a méretük miatt a közösségépítést háttérbe szorító cégekké váltak (SCHOLZ, T. 2014; SCHOLZ, T. – N. SCHNEIDER 2016). Ezek közül a felhasználók számát és a profitot tekintve kiemelkednek a globális, jól ismert felületek, mint például az Airbnb és az Uber. Kérdéses és jobbra megjósolhatatlan, hogy ez az irány megmarad-e, vagy elindul egy tisztulási folyamat, ahol a platformok ismét a kezdetben hangsúlyozott értékek felé fordulnak. Az elmúlt évtizedben számos tanulmány vizsgálta a modellt a fenntarthatóság irányából, melyek ellentmondásos eredményekkel zárultak (DEMAILLY, D. – NOVEL, A.-S. 2014; BONCIU, F. – BALGAR, A. C. 2016; DABBOUS, A. – TARHINI, A. 2021).

Múltjukat vizsgálva kirajzolódik az a mintázat, mely alapján a különböző társadalmi-gazdasági sokkok, mint amilyen például a 2008-as világválság, jelentős mértékben alakították a megosztáson alapuló gazdaság szereplőit, sőt egyik fontos ösztönzőjeként szerepet játszottak a ma ismert jelenség létrejöttében. Ebből pedig feltételezhető, hogy olyan globális események, mint a klímaváltozás vagy a világjárvány és a nyomában járó negatív társadalmi-gazdasági hatások ismét átrendeződést eredményeznek az amúgy is gyorsan változó jelenség folyamataiban, mely a későbbiekben majd újabb kutatási kérdéseket (és irányokat) is felvet.

A résztvevők köre mellett a másik kiemelt dimenzió a tulajdonlás szerinti csoportosítás. A platformok egy része a tulajdonjog átruházásával járó tevékenységhez kapcsolódik, ilyenek például az agráriumban a termelőket és a fogyasztókat összekötő platformok vagy a különböző használati tárgyakat eladó, cserélő, ajándékozó kezdeményezések – ezek jórészt a klasszikus adásvételt közvetítőként teszik hatékonyabbá. Más tevékenységek ugyanakkor nem járnak a tulajdonjog átruházásával, hanem csupán ideiglenesen biztosítanak hozzáférést különböző

javakhoz – utóbbi platformok szorosan kapcsolódnak a megosztáson alapuló gazdasághoz és a disszertációban is ezt a csoportot vizsgálom.

A fenti két szempont alapján tehát a korábban már azonosított alappillérekre (peer-to-peer tranzakciók, ideiglenes hozzáférés a kihasználatlan kapacitásokhoz) támaszkodva kizártam vizsgálatom céljából a platformok egy jelentős körét, rendszerezésük során a teljesebb kép megismeréséhez ugyanakkor néhány további elemet is fontos kiemelni. Ezek közül a folytatásban néhány újabb kategorizálási szempontot mutatok be, melyeknek már vannak direktebb területi vonatkozásai is.

Közülük az első, a profit kérdése, melyek alapján megkülönböztethetünk profitorientált és nonprofit platformokat, előbbiek rendszerint nagyobb felhasználóbázissal, ezáltal jelentősebb társadalmi-gazdasági hatással is bíró szervezetek. Egy másik ilyen tényező az erőforrások jellege, ahol kimeríthető és nem kimeríthető javakat megosztó platformok különíthetők el. Ez azért is lényeges, mivel meghatározza a platformok menedzselését (WIRTZ, J. – SO, K. K. F. – MODY, M. A. – LIU, S. Q. – CHUN, H. H. 2019) és az offline dimenziót. A nem kimeríthető erőforrásokat, mint például zenét vagy bármilyen információt megosztó platformokat egyidőben sokan használhatják, függetlenül a földrajzi lokációtól és időtől. Ez a csoport kötődik a Web 2.0 kezdeti időszakában megjelenő nyílt forráskódhoz és „open-access” mozgalomhoz is. HAMARI, J. ET AL (2016) négy kategóriába sorolja ezt a kezdeti időszakot: nyílt hozzáférésű szoftverek, online együttműködés, fájlmegosztás és peer-to-peer finanszírozás. A másik, kimeríthető erőforrásokat megosztó platformok esetén véges a kapacitás. Példaként: egy lakást nem lehet egyszerre 50 személynek kiadni vagy egy telekocsi-ülőtér több utas számára meghirdetni. Ebben az esetben fontos szerep jut a közvetítő platformok algoritmusainak, melyek segítségével megvalósulhat a kereslet és kínálat hatékony összekapcsolása.

A második esetben jellemzően offline, fizikai térben meglévő javakhoz kötődnek a peer-to-peer platformok tevékenységei, illetve ide tartoznak még a szaktudásra épülő tranzakciók is, ahol ez a személyek mobilitása miatt csak részben lokalizált. A kimeríthető erőforrások esetén, ha nem a területiségre, hanem az időre fókuszálunk, két alcsoportot különíthetünk el, ilyen a közös vagy egyéni használat. Példaként: egy telekocsi-utazás esetén a résztvevők egyszerre utaznak, viszont egy rövidtávú szálláskiadásnál legtöbbször (de nem mindig) időben elkülönül az ingatlan használata.

Disszertációmban a kimeríthető erőforrásokra koncentrálok, vagyis azokat a platformokat helyezem középpontba, melyek működése mérhető direkt vagy indirekt offline területi hatásokkal jár, így a geográfián belül releváns kutatási kérdések fogalmazhatók meg. Körük a megosztott elemek alapján kapcsolódhat fizikai tárgyakhoz: ingatlanok, gépjárművek (és

ülőhelyei), tartós fogyasztási cikkek, melyek használata korlátozott, viszonylag szűk időintervallumhoz kötött, az idő nagy részében pedig üresen állnak, kihasználatlanok. Másrészt pedig nem fizikai elemekhez, mint például a szaktudás, szabadidő hasznosítása, melyre a szolgáltatás-központú platformok épülnek.

A megosztott eszközök alapján a szervezetek különböző ágazatokhoz kötődnek, ebből a szempontból lehatárolásuk viszonylag egyszerű feladat, hiszen azok jellemzően meghatározott tevékenység köré szerveződnek, egy célból kapcsolják össze a szolgáltatókat és a fogyasztókat. Jelenlétük a gazdaság szinte valamennyi területén érzékelhető, azonban néhány szektor kiemelkedik a tranzakciók és az alapított platformok számának tekintetében. A megosztáson alapuló gazdasággal foglalkozó szakértők közül átfogóan. OWYANG, J., – SAMUEL, A. (2015) méhsejtes modelljében kategorizálta általában a digitális platformokat aszerint, hogy a tranzakció milyen területen megy végbe. Az évek során többször módosított és az egyre komplexebb ábrákat összehasonlítva nyomon követhető a platformok és az általuk érintett területek számának növekedése is. Legutóbbi vizualizációja már 16 kategóriát tartalmaz, többek között a közlekedés, turizmus, pénzügyi szolgáltatások, a munka, egészségügy és az oktatás területe is megjelenik rajta. Az ábra előnye, az egységes keretrendszer kialakításán túl, hogy összehasonlíthatóvá teszi az egyes országok vagy kisebb területegységek között azt, hogy hol és milyen összetételben vannak jelen az egyes platformok, vagyis egy lehetséges utat nyit a földrajzi vizsgálatok számára. Hátrányának tekinthető viszont, hogy nem különíti el az egyes típusokat, vagyis túlságosan sokféle jellegű platformot helyez egy kategórián belülre.

A szektorok között kiemelkedik néhány, amelyek 2050-re becslések szerint a legjelentősebb növekedést könyvelhetik el. A Pricewaterhousecoopers (PWC 2016) előrejelzése szerint az alábbi öt területen várható ez: közösségi finanszírozás, peer-to-peer szálláskiadás, peer-to-peer közlekedés, kereslet-alapú háztartási szolgáltatások, valamint kereslet-alapú professzionális szolgáltatások. Látható, hogy közülük kettő magánszemélyeket kapcsol össze és a másik három típus esetén is találkozhatunk ilyen tranzakciókkal, vagyis a peer-to-peer jelleg prognosztizálhatóan továbbra is jelentős marad. Összességében elmondható, hogy a platformok azokon a területeken tudnak dinamikus növekedést produkálni és a hagyományos szolgáltatók vetélytársaivá válni, ahol hatékonyan tudják kiaknázni a közvetítő jellegből adódó előnyöket. Ilyen például a gyors reagálás a kereslet és kínálat változásaira, nagy tömegek összekapcsolása, valamilyen monetizálható fizikai erőforrás vagy tudás megosztása, rugalmasság.

Mindezek alapján eddig a turizmus, közlekedés, valamint általában véve a foglalkoztatás bizonyult kulcságazatnak (STANDING, C. ET AL 2019; CHENG, M. 2016; GEISSINGER, A. ET AL 2020),

ami azt is előrevetíti, hogy a legnagyobb kihívások, konfliktusok is ezeken a területeken tapasztalhatók.

2. 4. 2. A platformok tipizálásának földrajzi dimenziói

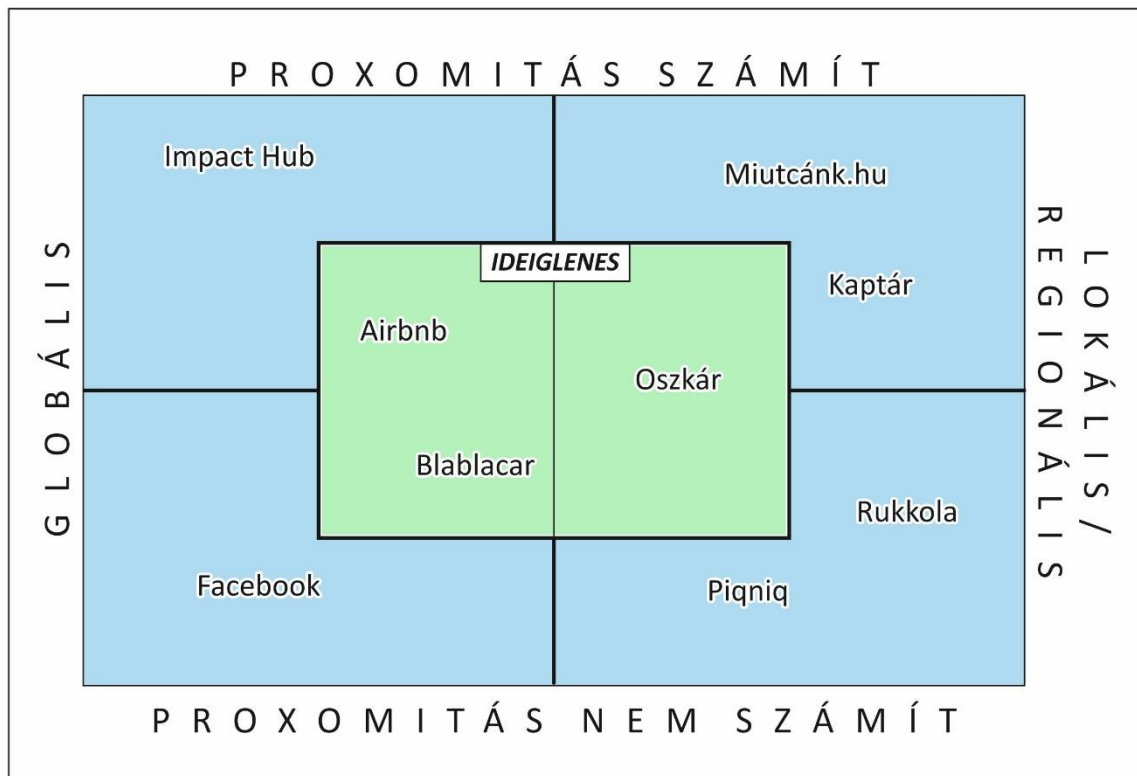
A platformok csoportosítása, rendszerbe foglalása tehát számos dimenzió mentén valósulhat meg, és sok esetben nem lehetséges éles határvonalat húzni az egyes típusok közé. Az előző részben a főbb csoportok áttekintése mellett meghatároztam, hogy a magánszemélyeket összekötő (legyenek azok bármennyire is hibrid típusok) és a kimeríthető erőforrásokat tulajdonjog átruházásra nélkül ideiglenesen megosztó platformokra koncentrálok, elsősorban olyan ágazatokban, ahol romboló hatásuk a legerőteljesebben megmutatkozik a hagyományos szolgáltatókkal szemben.

Ebben az alfejezetben szeretném a területi vonatkozást még inkább hangsúlyozni, és egy olyan rendszerbe foglalni a tágabb kontextusban értelmezett platformokat, mely két nagy földrajzi dimenziót integrál.

Az elméleti háttér a geográfián belül TOBLER, W. R. (1970) törvényéhez (lásd: első fejezet) és a területi interakció fogalmához kapcsolódik. Utóbbit részletesebben. MACLACHLAN, I. (2011) definiálta, mely alapján: „az egy olyan dinamikus folyamat, amely az egyik helyet a másikkal összekapcsolja”. A koncepció magában foglalja a személyek mozgását (pl. ingázás, interkontinentális migráció), de a kereskedelem és az információ áramlását is. Példaként ide sorolható a rekreáció vagy oktatás céljából történő helyváltoztatás és még számos egyéb interakció, vagyis általában véve minden tértípusban megjelenő kapcsolat.

Az internet révén átalakuló területi interakciók online-offline aspektusáról az első részben már általános értelemben volt szó. A platformok esetén komoly kihívás empirikus vizsgálattal igazolni ennek a két eltérő minőségnek a viszonyrendszerét, azért is, mivel a fizikai és digitális térnek erős egymásba gyűrűző hatása van, ennek ellenére mégis használom az online-offline felosztást. Fontos hangsúlyozni, hogy a területi folyamatok során nem hagyható figyelmen kívül egyik aspektus sem, így a geográfia és azon belül is főként a társadalomföldrajz számára megkerülhetlenné válik az információs technológiák szerepének megjelenése a publikációkban. A szakirodalomban található példák azt támasztják alá, hogy a platformokon végbemenő online interakciók során a fizikai tér, a távolság meghatározó marad (KELLERMAN, A. 2016).

A platformokat különböző területi dimenziók mentén az alábbi mátrixban helyeztem el (5. ábra), mely azokat két fontos, a területiséghez kapcsolódó szempont alapján foglalja rendszerbe.



5. ábra A platformok földrajzi vonatkozásainak mátrixa – néhány példán keresztül

Szerk.: Bálint D.

Az egyik gazdasági jelentőségük (vízszintes tengely): itt a felhasználók száma és elhelyezkedése alapján két nagy csoportot különböztet meg. A globális platformok olyan, jelentős felhasználóbázissal (több tízmillió fő) rendelkező szervezetek, melyek közé tartoznak a legismertebb, a megosztáson alapuló gazdasággal azonosított transznacionális vállalatok³. Önmagában a felhasználók száma nem jelenthet globális szerepkört, hiszen olyan nagy népességű országok, mint Kína vagy India akár több tízmilliós bázissal rendelkező platformokat tudhatnak magukénak. Általában a közösségi média platformjai is ide tartoznak a szűkebben értelmezett közvetítőszervezetek mellett, melyek fontos szerepet játszanak a globalizáció, a társadalmi trendek, fogyasztási szokások formálásában. Ezek a platformok tulajdonképpen olyan transznacionális vállalatok, melyek több jellemvonás mentén eltérnek hagyományos társaiktól.

³ Székhelyük nagyrészt az USA nyugati partjához, a Szilícium-völgyhöz kötődik.

A másik csoportba sorolom a lokális vagy regionális kiterjedésű platformokat, melyek általában valamilyen globális platform helyi, országos változatai vagy valamilyen egyedi kihívásra szerveződő, esetleg csak egy-egy településre kiterjedő kezdeményezések limitáltabb felhasználóbázissal. Jóval változatosabbak és számukat tekintve is meghaladják az első csoportba tartozó platformokat, de önmagukban rendszerint nem gyakorolnak olyan komoly hatást abban a társadalmi-gazdasági környezetben, ahol a felhasználókat összekötik. Ennek is tudható be, hogy a megosztáson alapuló gazdaság vizsgálatakor túlsúlyban vannak a globális platformokra (elsősorban az Airbnb-re) koncentráló kutatások (EDELMAN, B. G. – LUCA, M. 2014; GUTTENTAG, D. 2015; ERT, E. – FLEISCHER, A. – MAGEN, N. 2016). Mivel a felhasználók száma folyamatosan változik: platformok jönnek létre, növekednek, tűnnek el vagy válnak globális vállalatokká, ezért a kategóriában szereplő szervezetek neve, száma sem állandó, sőt, az idők folyamán változhat a mátrixban elfoglalt helyzetük is.

A második dimenzió, mely azonban a platformok tekintetében statikusabb, az offline tér jelentősége a rajtuk keresztül végbemenő tranzakciókban (vízszintes tengely), vagyis a fizikai közelség (proximitás) kérdése. Fontos hangsúlyozni, hogy ebben az esetben az online-offline tér szerepe változik a platformok interakciói szerint.

Az első csoportba tartoznak azok a szervezetek, ahol a fizikai közelség, a térbeli proximitás szerepe jellemzően nem jelentős. Ide kötődnek főleg az információt vagy egyéb immateriális javakat megosztó felületek, de tágabb értelemben a különféle kommunikációs platformok is. szintén itt szerepeltethetők még az olyan tartós használati cikkeket cserélő platformok (például: Rukkola.hu), ahol az interakciók során nem az az elsődleges tényező, hogy a felhasználók egymáshoz közel, adott település lakosai kell legyenek, bár később akár generálhatnak offline területi interakciókat. Ilyen esetben a lokáció elsősorban kevésbé közvetlenül játszik szerepet, a közös kulturális háttér, illetve a nyelvtudás ugyanakkor meghatározhatja a részvételt, vagyis itt is megjelennek földrajzi tényezők.

A másik nagyobb kategória ezzel ellentétes: ebben az esetben a fizikai tér, a proximitás az interakció fontos, állandó és döntő eleme. Példaként ide sorolhatók a helyi, a szomszédok szaktudását, tartós használati cikkeket megosztó platformok (például hazánkban a Miutcánk.hu) vagy a kifejezetten fizikai helyeket bérbeadó „coworking” irodák. Utóbbiak tulajdonképpen a Web 2.0 és a mai információs társadalom új tértípusainak tekinthetők. A közösségi munkaterek esetén első lépésként az internet lehetőséget teremtett egyes munkavállalók számára, hogy a tér bármely pontjáról munkavégzést folytathassanak, majd később az ő keresletük hívta életre azokat a fizikai sűrűsödési pontokat, melyek ötvözik a klasszikus irodai munkatér egyes elemeit (közösség, infrastruktúra) az egykor kifejezetten meghatározott, jellemzően IT-szektorhoz

kötődő foglalkozásokra koncentrálnak távoli munkavégzés vonásaival. Ezt az ellentmondásos vonást (egyfelől lokáció-független, másfelől proximitás-függő tényezők) több, a közösségi munkaterekkel foglalkozó publikáció megfogalmazta (CLIFTON, N. – FÜZI, A. – LOUDON, G. 2019). Ha geográfus szemmel nézzük, ez a folyamat hozta létre például azokat az új típusú „digitális nomád” hotspotokat egyes ázsiai országokban, mint például Indonézia, ahol elsősorban nyugat-, illetve észak-európai munkavállalók ötvözik a lokációfüggetlen munkavégzés és a földrajzi adottságok (pl. tengerpart, vonzó klíma) kedvező vonásait.

A csoportok között egy másik differencia is azonosítható, mely a mobilitással van összefüggésben. Míg az első kifejezetten ösztönzi azt (pl. termékek, személyek áramlása stb.), addig a második főként a helyi közösségépítést, hálózatokat erősíti.

Egy köztes kategória is helyet foglal a két nagy csoport között, ahol az online interakciók ideiglenesen a fizikai tér egy-egy pontjához köthetők, javarészt ide tartoznak a szűkebben értelmezett megosztáson alapuló gazdaság platformjai. Ebben az esetben a tranzakcióknak minden esetben lesz direkt, offline térre vonatkozó hatása, közülük ilyen jól mérhető következmény a forgalomnövekedés vagy a levegőszennyezés. A meghatározó szektorok közül mind a közlekedés, mind pedig a szállásadás esetén a tranzakciók egy behatárolható helyhez köthetők, előbbi esetben ezek a találkozási pontok (utASFelvétel), utóbbi esetben pedig az ingatlanok. Ezeket egyrészt maguk a tranzakció résztvevői, valamint egyes, főként a közlekedésben található platformok esetén pedig algoritmusok jelölhetik ki (AĪVODJI, U. M. ET AL 2016; CZIOSKA, P. ET AL 2017).

A mátrixban tehát összesen négy nagy kategóriát különítettem el a platformok gazdasági szerepe és a proximitás összekapcsolásával (globális-lokalizáció függő, globális-lokalizáció független, helyi/regionális-lokalizáció függő, helyi/regionális-lokalizáció független), azon belül pedig még két kisebb csoportba szervezem a platformokat (globális – ideiglenesen lokalizáció függő, helyi/regionális – ideiglenesen lokáció független).

A vizualizáció segítségével egy olyan keretrendszer jött létre, mely lehetővé teszi, hogy a földrajzi jellemzők mentén célzottan kutathatók legyenek az egyes csoportok, illetve az eddig területiség szempontjából homogénnek tekintett platformokat elkülönítsük.

Az offline és online interakciók közötti kapcsolat dinamikus és egyéb, külső hatások is befolyásolhatják, melyek függetlenek lehetnek a platformok tevékenységeitől, és tőlük is gyors adaptálódást követelnek meg. A globalizáció folyamata, a természeti katasztrófák vagy éppen egyéb, társadalmi gazdasági sokkok nem csak a területi, de az online interakciókra is hatással vannak, így a mátrix egyes kategóriáiban elfoglalt platformok száma változhat (pl. a helyi kezdeményezések felértékelődése), de ezek nem befolyásolják azt, hogy összességében,

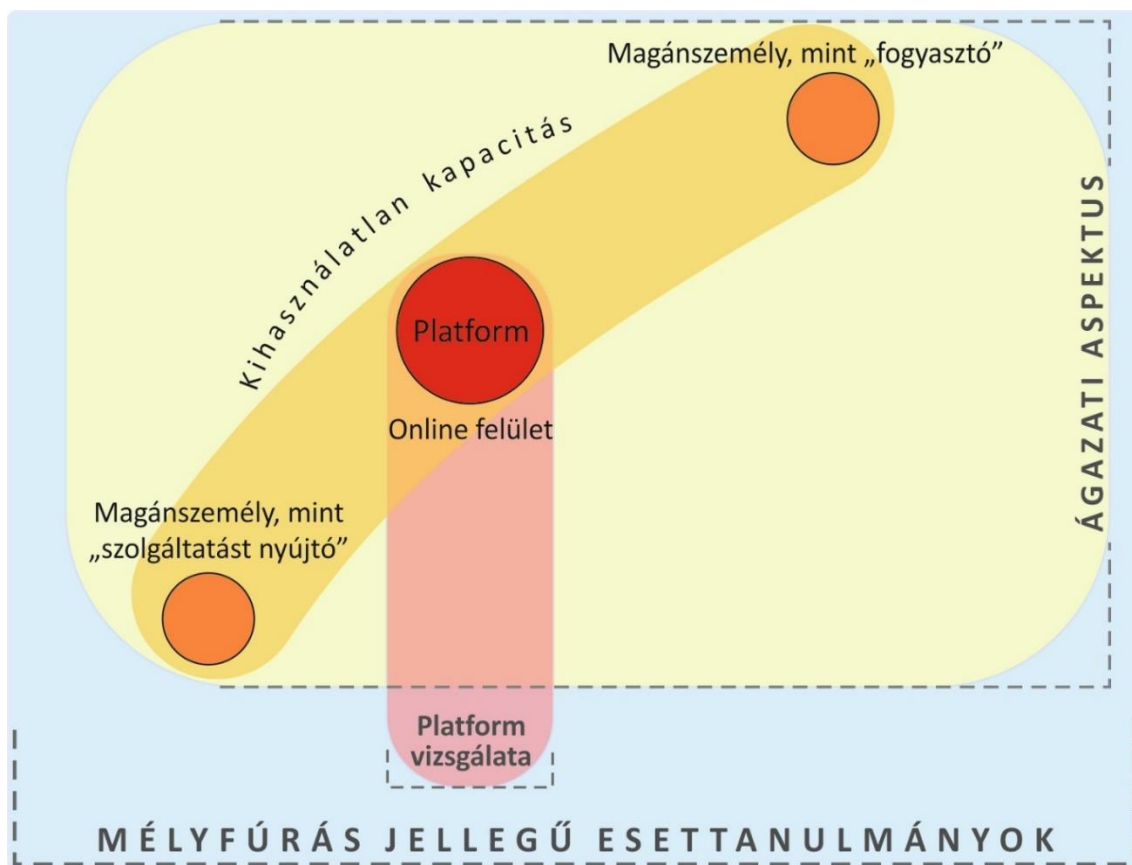
globális léptékben a platformok a javak elosztásának csomópontjai maradnak. Azt, hogy közülük melyek fognak növekedni és hosszú távon az online-offline tér szerepe hogyan változik majd, még korai lenne egyértelműen felvázolni. A digitalizáció fokozatosan, bár egyre gyorsuló ütemben hódított teret, melyek a különböző generációk internethasználati szokásaiban is visszatükröződnek (PWC 2016), azonban a történelem során még soha olyan hirtelen és globálisan nem értékelődött fel a területi interakciók visszaszorulásával párhuzamosan, mint a 2020-as évek elején megjelenő sokkhatás, a világjárvány megjelenésével. Ennek egyelőre csak rövidtávon belátható hatásai (RKK 2020) közé tartozik az online tér horizontális kiterjedésének expanziója olyan területekre, mint például az oktatás, egészségügy vagy a pénzforgalom, melyek már érzékelhetően a velük kapcsolatos publikációk számának gyors növekedését is magukkal hozták.

2. 5. A peer-to-peer platformon végbemenő online tranzakció keresztmetszeti képe

A platformok csoportosítása és területi vonatkozásai után most az azokon belül végbemenő folyamatra a tranzakcióra koncentrálok, melyet a már lehatárolt, magánszemélyeket összekötő, peer-to-peer platform példáján keresztül elemzek.

Ha az online interakcióról egy keresztmetszeti képet veszünk (6. ábra), látható, hogy ebben az esetben alapvetően három nagy szereplőt lehet elkülöníteni minden ilyen tranzakció esetén, melyek közül kettő, a szolgáltatást nyújtó és fogyasztó magánszemély, a másik pedig maga a platform, mely általában nem valós személy, hanem algoritmus (olyan platformok is vannak, melyek nem kettő, hanem több szereplőt kötnek össze – BENJAAFAR, S. – HU, M. (2020).

Szerepük nem kötött, egy platformon belül felléphetnek egyszerre mindkét oldalon, példaként szállásadóként kiadhatnak ingatlant és közben vendégként maguk is aktívak lehetnek a platformon. Ezt a sajátosságot az angol prosumer szóösszetétel is tükrözi (LANG, B. ET AL 2020). Részvételük sem kizárólagos, vagyis egyszerre több platformot is lehet használni alkalmasszerűen vagy rendszeresen. Mindezek a tulajdonságok rámutatnak arra, hogy ezek a közvetítőszervezetek bizonyos szempontból zárványként működnek, hiszen az egyes platformokon zajló tranzakcióik elkülönülnek, mivel a szervezetek egymás vetélytársai, tevékenységeiket értelemszerűen nem hangolják össze.



6. ábra A peer-to-peer tranzakció keresztmetszeti képe

Szerk.: Bálint D.

A zárt jelleg miatt nem igazán vannak tekintettel arra a társadalmi és térszövetre, melyben működnek. Ez az alapja a szabályozási, foglalkoztatási és egyéb területeken érzékelhető kihívásaiknak, melyeket sok esetben jogosan a megosztáson alapuló gazdaság kritikusai hangoztatnak (SLEE, T. 2017; RANCHORDÁS, S. 2015) a platformokkal kapcsolatban. A tranzakció képe egy másik fontos tényezőre is rávilágít, mely a hagyományos szereplőkhöz képest egy lényegi eltérést jelent, méghozzá arra, hogy ezek a szervezetek úgy tudtak globálisan meghatározó, komoly profitot termelő cégekké válni, hogy közben nem birtokolnak javakat, csupán a felhasználók magántulajdonát (azok kihasztnálatlan kapacitásait) kötik össze. Ezekről a javakról a fejezet elején már volt szó, ezért nem sorolnám fel őket ismét, azonban itt fontos megemlíteni, hogy azok egyben utalhatnak a tulajdonosok társadalmi státuszára is. Főként az ingatlanok és gépjárművek esetén, hiszen a szolgáltatói oldalon jelen lévő személyeknek rendelkeznie kell olyan erőforrásokkal, melyeket a platformokon keresztül mások számára rendelkezésre bocsáthatnak. Ez azt is feltételezi, hogy a részvétel lehetősége nem egyenlő esélyeket jelent a két szerepnél: fogyasztóként könnyebb megjelenni a platformokon, mint szolgáltatóként, hiszen ahhoz nem szükséges megosztható fizikai erőforrások birtoklása. A

felhasználók számára az interakció előnye abban rejlik, hogy a keresletet és kínálatot gyorsan, hatékonyan és olcsón tudják összekapcsolni, vagyis alacsony a tranzakció költsége. Az interakciók felületeit azok a szoftverek adják, ahol ez a gyors összekapcsolás megvalósul, melyek rendszerint nem kötődnek a tér egy-egy pontjához, az okostelefonok révén (gyakorlatilag) bárhol azonnal elérhetők (szemben a kezdeti személyi számítógépek időszakával, amikor a platformok elérése meghatározott helyhez, az otthonhoz vagy a munkahelyhez kötődött). Ez azért is lényeges, mert a szervezetek egyik fontos vonása a valósídejűség, melynek korábbi technológiai gátjait az infokommunikációs eszközök fejlődése teljes mértékben eltörölte.

A profitorientált platformok bevételeiket két forrásból, egyrészt a regisztrációs költségből, nagyobbreszt pedig a tranzakciós díjból szerzik, vagyis érdekükben áll az interakciók számának maximalizálása, mely a felhasználói bázis kiterjesztésével és a piaci rés, vagy valamilyen problémára adott hatékony szolgáltatás kiépítésével tudnak megtenni. Utóbbi azt is jelenti, hogy a platformok egy része startupként indul, vagyis valamilyen innovációhoz kötődik és nemzetközi piacokra tör. Önmagában azonban sikerességének van egy másik összetevője, mégpedig a felhasználók részvételi hajlandósága, motivációja. Általános értelemben ide sorolhatók a teljesség igénye nélkül: a jövedelemkiegészítés, fenntarthatósági vagy kényelmi szempontok, a szolgáltatások sokszínűsége vagy a pragmatizmus. Bár számos tanulmány tesz utalást a platformok szerepére a környezetvédelemben, elsősorban a közlekedés területén (YU, B. ET AL 2017) ugyanakkor vitatott, hogy jelenlétük ténylegesen hozzájárul-e a fenntarthatóbb társadalmi, gazdasági folyamatokhoz (MI, Z. – COFFMAN, D. M. 2019; HEINRICHS, H. 2013).

Elengedhetetlen, sőt kötelező kellék a tranzakciókhoz a korábban említett bizalom (DAKHLIA, S. ET AL 2016; MAZZELLA, F. ET AL 2016; TER HUURNE, M. ET AL 2017; PRADA, A. – IGLESIAS, C. A. 2020), hiszen a megosztás rendszerint ismeretlenek között megy végbe. Ezt a platformok különböző értékelőrendszerekkel igyekeznek megvalósítani (TUSSYADIAH, I. P. – PARK, S. 2018; CHENG, X. ET AL 2021). A pont- és szöveges értékelések azonban, ahogy SLEE, T. (2017) könyvében rámutatott, nem feltétlenül tükrözik valódi tapasztalataikat (későn becsatlakozók hátránya) és a tranzakció során a felhasználók kiszolgáltatottabbak a felmerülő esetleges bűncselekményekkel szemben a hagyományos szolgáltatásokhoz képest.⁴ Ugyancsak a tranzakció keresztmetszeti képéből adódik még a platformok egy másik sajátos jellemvonása: az alkalmosság. A felhasználók száma folyamatosan változik, a „szolgáltatók” pedig mint

⁴ Az értékelőrendszereket ráadásul nem csupán platformok, hanem bizonyos esetekben kormányzatok is használhatják más célokra, mint például a társadalom egészének kontrollálására, melyre a kínai digitális diktatúra lehet elrettentő példa.

magánszemélyek, nem hivatásos alkalmazottként vannak jelen, vagyis erősen jellemzi a platform-munkákat a széttöredezettség. A tényleges munkatársak száma alacsony, körüket elsősorban programozók és marketingesek teszik ki, a felhasználók pedig kiszolgáltatottak az algoritmusoknak. Azok a személyek alkotják a közvetítő platformok legsérülékenyebb csoportját, akik jövedelmüket kizárólag platform-munkából szerzik. Ennek egyik példája a rövidtávú-autómegosztás terén az Uber, melynek nehézségeit a teljesállású sofőrök oldaláról egy online játék is szimulálja (FINANCIAL TIMES 2020). A felhasználókról és tranzakciókról maguk a szervezetek birtokolják az összes adatot, ahol az algoritmusok révén válik lehetővé a felhasználók összekötése.

A peer-to-peer platformok keresztmetszeti képe rávilágít egy területi sajátosságra is, mely minden hálózat esetén fontos tényező: ezek a sűrűsödési pontok, vagyis a kritikus tömeg megléte. A platformok elsősorban városi, azon belül is magasan urbanizált területekhez köthetők, vagyis az ott végbemenő interakciók a népsűrűséggel egyenes arányban növekednek. A keresztmetszeti ábrára támaszkodva azonosíthatók azok az elemek, melyek az említett platformok esetén közös vonást jelentenek, függetlenül attól, hogy a gazdaság mely területéhez kapcsolódnak. A vizualizáció elemzése után az alábbi öt elemet azonosítottam be:

1. Belépési küszöb
2. Átcímkézés
3. Szolgáltatás-elemek
4. Bizalomépítés
5. Platform-profit

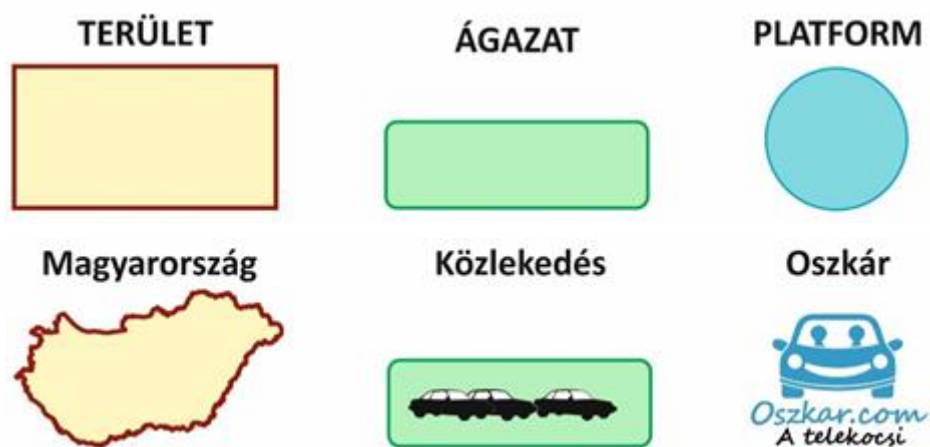
2. 6. A platformok lehetséges vizsgálati irányai

Csoportosításuk és tranzakcióinak képe alapján három nagy kutatási irányt mutatok be, mely vizsgálatuk során meghatározó lehet. Közülük az első (7. ábra) az egy-egy területegységhez kötődően a platformok leíró, kataszter-jellegű vizsgálata, mely a kutatások bevezető szakaszához köthető és rendszerint egy adatbázis kiépítésével jár. Ilyen munka a holland közvetítő platformokat összegyűjtő ARETS, M. (2017) platform-kutató egyik prezentációja vagy Imre Gabriella még nem publikált tanulmánya a hazai platformokról. Utóbbi OWYANG, J., – SAMUEL, A. (2015) méhsejtes modellje alapján rendszerezi azokat, a működési terület alapján. Szintén egy-egy ország területére fókuszálnak, a megosztáson alapuló gazdaság megjelenését, elterjedését és mintázatait elemzik azok a publikációk, melyek bár ugyancsak leíró jellegűek, azonban már egy komplexebb képet mutatnak be a kiválasztott területegységen belül működő

platformokról. Példaként Kínáról (LIU, C. ET AL 2020) vagy Oroszországról (REVINOVA, S. ET AL 2020).

A második ágazati megközelítés a platformok egy meghatározott körét vizsgálja, rendszerint valamelyik kulcságazat területéről, ilyenek a turizmushoz kötődő vagy az autómegosztással kapcsolatos tanulmányok (FORNO, F. – GARIBALDI, R. 2015). A harmadik, gyakori platform- és probléma-központú megközelítés általában egy-egy szervezethez kapcsolódó esettanulmányokhoz kötődik, azon keresztül mutatja be a platformok általános kihívásait. Alapvetően két típusú vizsgálat tartozik ide, egyrészt a lokáció-központú, kifejezetten egy-egy városra koncentráló kutatás (DUDÁS, G. – VIDA, G. – KOVALCSIK, T. – BOROS, L. (2017), illetve egy horizontális, a platform valamelyik aspektusát előtérbe helyező vizsgálat (pl. Airbnb). Az első esetben a publikációk olyan népszerű és a COVID-19 előtti időben felkapott desztinációkra fókuszának, mint New York vagy Barcelona.

Ezeket gyakran nem csak külön-külön, hanem a felsorolt irányokat kombinálva is lehet vizsgálni, ilyen például MESZMANN, T. T. (2018) a magyarországi platform-munkához kötődő tanulmánya, melyben több szervezet esettanulmányán keresztül mutat rá az új-típusú alkalmi foglalkoztatás kihívásaira.



7. ábra A platformok kutatásának lehetséges irányai

Szerk.: Bálint D.

Disszertációmban az alábbi kutatási ösvényen keresztül vizsgálom a platformokat, melynek oka, hogy a megosztáson alapuló gazdasággal kapcsolatos publikációkban túlsúlyban vannak a nyugat-európai tanulmányok. Kizárólag hazai alapítású vagy az ország területén (is) a közlekedés területéhez kapcsolódó szervezeteket helyezem a fókuszba. A területi hatásokat egy magánszemélyeket összekötő (azaz P2P), a fentebb meghatározott szempontok szerint (kimeríthető erőforrásokat ideiglenesen megosztott javak, ahol az interakciók ideiglenesen a

fizikai tér egy-egy pontjához köthető) kiválasztott platform, a legnagyobb hazai felhasználóbázissal rendelkező telekocsi-cég az OSZKÁR esettanulmányain keresztül elemzem.

A tézisek ismertetése előtt a következő két fejezetben elsőként röviden bemutatom a magyarországi megosztáson alapuló gazdaság általános képét, valamint a közlekedés területéhez kapcsolódó közvetítő platformokat. A felosztásnak természetesen vannak korlátai, melyek közül érdemes kiemelni a megosztáson alapuló gazdaság gyűjtőjellegéből adódó paradoxont, vagyis minél tágabban értelmezzük a platformokat és vizsgáljuk a jelenséget, annál kevésbé lehetséges az eredményekből konkrét állításokat megfogalmazni. Ha azonban nagyon szűken, csak egyetlen platformra koncentrálunk, a mélyebb összefüggések és a kontextus ismerete nélkül, akkor bár sok, de főként platform-specifikus összefüggést azonosíthatunk. Abból a célból, hogy ez a buktató kiküszöbölhető legyen, két fontos lépést kell megtenni. Egyrészt fontos a megosztáson alapuló gazdaság jelenségének ismerete, másrészt pedig szükséges olyan releváns platform és vizsgálati fókusz kiválasztása, mely által releváns következtetések fogalmazhatók meg. Az első rész, a kontextus ismertetése az előző fejezetekben bemutatásra került, most pedig a következő fejezetekben közelítek az empirikus vizsgálat felé a kijelölt területegység (Magyarország) és a meghatározott ágazat (közlekedés) összefoglalásával.

2.7. A területi és ágazati fókusz áttekintése

2.7.1. A megosztáson alapuló gazdaság Magyarországon

A megosztáson alapuló gazdaság elterjedését országokként elemző globális Timbro index szerint Magyarország a középmezőnybe tartozik világviszonylatban, míg Európában belül inkább hátul szerepel az összehasonlításban (TIMBRO SHARING ECONOMY INDEX 2018).

A megosztáson alapuló gazdaság magyarországi helyzetéről több forrásból, a korai időszakban főként országjelentésekből, közvéleménykutató cégek adatbázisából kaphattunk képet. Ide tartoznak az ország területén működő hazai kezdeményezések (pl. Miutcánk.hu) és a helyben megjelenő globális platformok (Airbnb) egyaránt. Az adott állam esetén a szabályozási környezet kiemelten fontos, hiszen ez határozza meg a szervezetek működési keretét, mely jellemzően nem egységesen, hanem egy-egy platformra szabva szabályozza tevékenységeiket. Olyan esettel is találkozhattunk, ahogy a világ más pontjain is tapasztalható, hogy bizonyos platformokat romboló hatásuk és egyes érdekcsoportok lobbizása következtében kitiltanak az adott országból, melyre példa lehet az Uber rövidtávú, valós idejű for-profit szervezet kivonulása Magyarországról. A szervezet a taxitársaságok számára jelentett komoly versenyhátrányt. Budapesten. Az Airbnb szabályozása szintén rendszeresen napirendre kerül, több nyugat-európai nagyvárosok esetén már találkozhatunk ilyen, az Airbnb működését befolyásoló jogi környezettel. Itthon a modellhez kötődő platformok egy részét a Sharing Economy Szövetség fogja össze, amely 2017-ben alakult, ugyanakkor azt is fontos hangsúlyozni, hogy a jelenséghez kapcsolódó online platformok tevékenysége rendkívül diverz hazánkban, az említett globális cégek (Uber, Airbnb) mellett sok kisebb kezdeményezéssel, melyet sem hivatalos szervezet, sem átfogó kutatás még nem térképezett fel. A példákat hosszú oldalakon keresztül lehetne sorolni a parkolóhelyeket megosztó (Barking) az egy környéken lakók tárgyait, szaktudását összekötő (Miutcánk.hu) kezdeményezésekig, melyek lehetnek start-upok vagy akár nonprofit szervezetek is. Egyes részterületekről azonban készültek összefoglaló munkák, például a megosztáson alapuló gazdaság határterületéhez kapcsolódó, business-to-peer közösségi munkaterekről Füzi Anita (CLIFTON, N. – FÜZI A. – LOUDON, G. 2019), e téma nemzetközileg is elismert kutatója állított össze országos adatbázist. Nagyobb léptékű kutatások piackutató cégek nevéhez kötődnek, melyek közül például az eNet a Sharing Economy Szövetséggel karöltve több időpontban is vizsgálta a modell hazai megjelenését, helyzetét. Ebben az esetben nemcsak az általam lehatárolt peer-to-peer platformok, hanem tágabban a jelenséghez kapcsolódó kezdeményezések kerültek ide. A 2010-es évek végére a magyar internetezők egyharmada hallott már valamilyen formában a megosztáson alapuló

gazdaságról, melyek közül a közlekedéshez kötődő platformok ismertsége emelkedik ki a felmérés alapján – a közösségi taxikat és az online alkalmazásokhoz kötődő telekocsizást is több mint 80%-uk ismerte. A másik húzóágazat a közösségi szálláskiadás is magasabb, közel 60%-os ismertséget mutatott (ENET 2018), mely egybevág a nemzetközi folyamatokkal, hiszen ez a két terület kiemelten jelenik meg a trenden belül európai viszonylatban is (PWC 2016). Természetesen, ahogy a felmérésből is kiderül, a használat jóval elmarad az ismertségtől, körülbelül 10%-os arány körül mozog a kiválasztott platformok körében, melyek közül a vállalati kutatás szerint az egyik korai időszakban alapított OSZKÁR emelkedik ki 12%-kal (ENET 2018; KOLONICS, P. – PÓNUSZ, M. 2020). Egy friss reprezentatív kutatás (BUDA, G., PETHES, B., LEHOTA, J. 2020) koncentrált a hazai lakosság témával kapcsolatos percepcióira, mely összefüggést talált bizonyos változók mentén a nyitottságra. AZ elemzés szerint a fiatal, Y és Z generáció tagjai, az aktív munkaerő és diákok, valamint a magasabb iskolai végzettséggel rendelkező magasabb státuszú társadalmi csoportok körében a legkedvezőbb a modell megítélése.

A hazai megosztáson alapuló gazdaság gyökerei azonban messze nyúlnak vissza (EUROMONITOR 2016), melynek újabb példái a 20. századból is ki lehet emelni. Ekkor olyan tevékenységek, mint a szürkezónába tartozó balatoni szálláskiadás, az informális utazások (stoppolás) illetve a különböző jövedelemkiegészítéshez kapcsolódó tevékenységek (pl. gyermekfelügyelet) mind ismeretlenek, mind ismerősök között megjelentek.

2. 7. 2. Megosztáson alapuló közlekedés: telekocsizás az internet előtt és napjainkban

A telekocsizás olyan, a megosztáson alapuló közlekedéshez köthető utazási forma, mely során egy autó sofőrje megosztja személygépjárművének üres ülőhelyeit más személlyel/személyekkel, akinek/akiknek útvonala, illetve az indulás és érkezés helye megegyezik (DAILEY, D. J. – LOSEFF, D. – MEYERS, D. 1999). Ahogy WELLS, P. (ET AL 2020) is utal rá, ez a koncepció az utazásokban már tárgyaknál (csomagküldés) is megjelenik.

A témában FURUHATA, M. (ET AL 2013) összegző tanulmányában rámutat arra, hogy a közlekedési mód ötvözi az időben és térben is kötött közösségi közlekedés előnyeit (ár) a személygépkocsiéval (gyorsaság, kényelem), vagyis úgy aknázza ki utóbbi előnyeit, hogy magának az utazónak nem kell viselnie a járműfenntartás terheit (pl. fenntartás, benzin, amortizáció, biztosítások, adók, parkolási díj). A meghatározás sokféle típusú utazást magában foglalhat, mint például a családtagok között megvalósuló háztartás-alapú utakat, a munkatársak egy járművel történő napi ingázását, illetve a teljesen ismeretlenek közti telekocsizást, mely szervezett vagy akár szervezetlen formában is megvalósulhat. A definícióba így számos,

sokszor egymás mellett párhuzamosan létező utazástípus is beletartozhat, melyekhez az információs és kommunikációs technológiák térnyerése egy újabb dimenziót tesz hozzá. A közös útvonal, a ki- és beszállási pontok változatlan elemei maradnak a telekocsizásnak, de a GPS (és egyéb geolokációs rendszerek), az okostelefonok, az elektronikus fizetési lehetőségek, az algoritmusok, a közösségi média, illetve webes felületek lehetővé teszi azt, hogy napjainkban jóval nagyobb léptékben, akár valós időben találkozzon utas és sofőr. Összefoglalva tehát: az utazás koncepciója változatlan, de az új technológiák révén annak módja színesedik és át is alakul, hiszen az elérhetőbbé válik széles tömegek számára és harmadik fél közbeiktatása nélkül egy online felületen (platformon) közvetlenül kapcsolja össze a résztvevőket. Éppen ezért fontos, hogy különbséget tegyünk az internet megjelenése előtti és utáni telekocsizás között. Tanulmányukban AMIRKIAEE, S. Y. – EVANGELOPOULOS, N. (2018) ezt tradicionális, illetve online telekocsizásként különbözteti meg.

Mivel a dolgozatban az online térben működő összekötő platformtípust vizsgálom, ezért a technológiai újítások által meghatározott telekocsizás van a fejezet középpontjában. Mielőtt részletesebben bemutatnám, hogy az információs és kommunikációs technológiák milyen változásokat eredményeztek, valamint miként alakították a telekocsizást, röviden összefoglalom annak gyökereit, történetének fontosabb lépcsőfokait. A telekocsizás mellett természetesen más közlekedési módok is a megosztáson alapuló közlekedés területéhez köthetők, melyet SANTOS, G. (2018) négy nagy csoportba sorolt. Közülük is az út- valamint az autómegosztás (carsharing) emelkedik ki.

Telekocsizás az internet előtt

Ez a közlekedési mód tulajdonképpen a motorizációval egyidős, hiszen párhuzamosan a személygépkocsik elterjedésével, olyan csoportos utazások kezdtek szerveződni, amikor a sofőrökkel mások, családtagok, ismerősök utaztak együtt. Ősi módszerként említhetőek a stoppolás különböző formái is, melyet az autószűkösség, a közösségi közlekedés rugalmatlanságai motivált. Az alacsony jövedelműek, hirtelen döntésből utazók számára egy lehetséges közlekedési módként jelent meg (pl. katonák hazautazása, egyetemisták, fiatalok nyaralásai).

Erre a kezdeti időszakra az egy háztartáson belüli telekocsizás volt jellemző. Az első szervezett utazások az 1940-es évekre, a motorizáció őshazájába, az Egyesült Államokba nyúlnak vissza. Ebben az évtizedben alakultak meg kormányzati ösztönzésre az autómegosztó klubok, melyet kifejezetten a II. világháború alatti nyersanyaghiány motivált (FERGUSON, E. 1997; BULIUNG, R. ET AL 2010). Később, az 1970-es évek olajválsága ismét előtérbe hozta az egyszemélyes

autóhasználat visszaszorítását, melynek értelmében a telekocsizás újabb lendületet kapott az Egyesült Államokban. Ennek hatására publikációk és felmérések készültek, melyek a téma első tudományos igényű munkáinak tekinthetők (FERGUSON, E. 1997). Ebben az időben főként ingázók használták ezt a közlekedési formát, felmérések szerint 20 %-uk telekocsizott az USA-ban, mely szám azóta folyamatosan csökken: 2009-ben már csak 10 % (FURUHATA, M. ET AL 2013). Ennek ellenére egy tanulmány szerint még így is a második legkedveltebb közlekedési eszköz az ingázáskor, mely főként az alacsonyabb jövedelmű dolgozók körében népszerű (SHAHEEN, S. – COHEN, A. 2019).

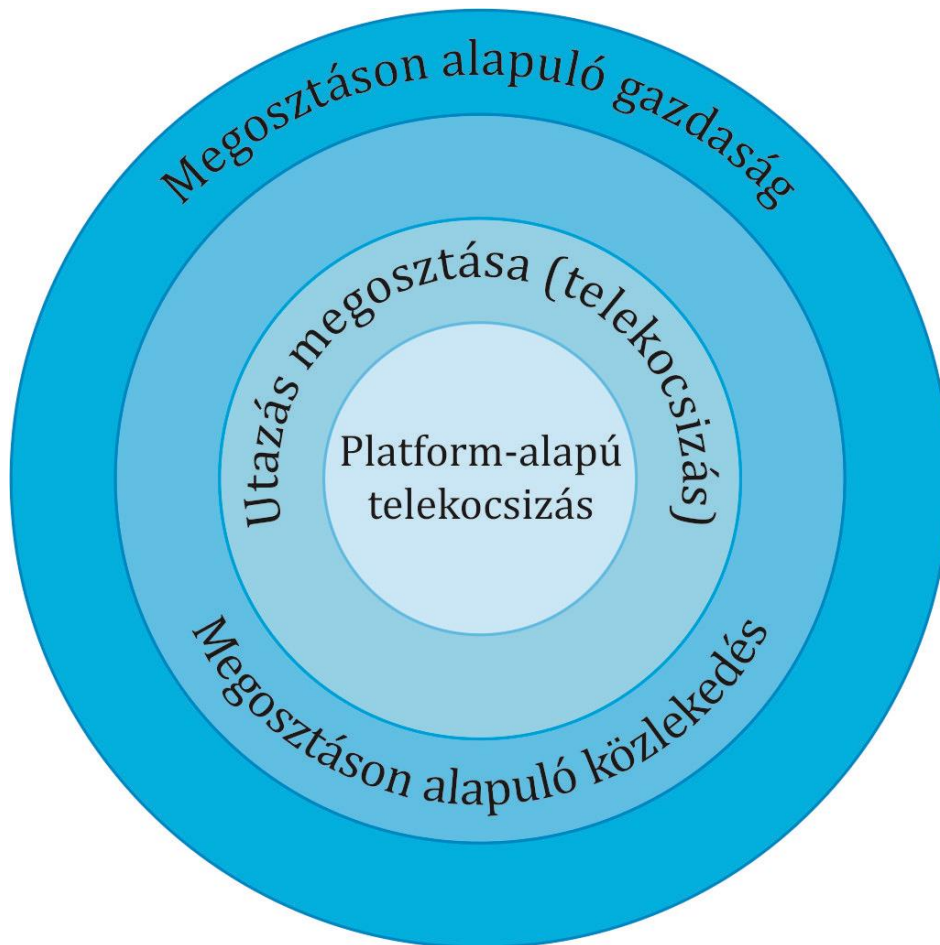
Mindezekből látható, hogy a telekocsizás korai időszakának kormányzati támogatottságát társadalmi-gazdasági tényezők motiválták Észak-Amerikában (Európán belül pedig főként Svájcban), ahol hangsúlyt kaptak olyan célok, mint a nagyvárosi autóforgalom vagy éppen a nyersanyaghiány mérséklése. Mindezek rámutatnak a telekocsizás előnyeire, melyek főként környezetvédelmi szempontokkal hozhatók összefüggésbe (XU, Y. ET AL 2020).

A közlekedésben a járművek hatékonyabb kihasználtságát úgynevezett telekocsisávok kialakításával is ösztönözték, a kezdetekben Kanadában és az Egyesült Államokban, az 1980-1990-es évek első felétől a magasan urbanizált térségekben (KELLY, K. L. 2007). Ezek olyan, az európai buszsávokhoz hasonló állandó vagy ideiglenes, főként a hétköznapiak során elkülönített útszakaszok, melyek kifejezetten bizonyos utasszámot elérő személygépkocsik számára vehetők igénybe. Jellemző, hogy ilyen megoldások aztán más kontinenseken, példaként Európában, Ázsiában is megjelentek, egy-egy nagy népsűrűségű térséghez kötődően.

Telekocsizás napjainkban

Napjaink összekötő platformjai, melyek a megosztáson alapuló gazdaság modelljében működnek, a sofőrök és utasok koordinálása révén a kereslet és kínálat hatékony összekapcsolását végzik az online térben, mely az offline térben, mint együtt-utazás jelenik meg. Közös vonásukat a webes felület, mobiltelefonos alkalmazások adják, melyek segítenek kiküszöbölni számos, a hagyományos telekocsizást érintő kihívást (TEUBNER, T. – FLATH, C. M. 2015). Olyan rövidtávú utazások esetén, mint a városon belüli közlekedés a résztvevőket akár azonnal, utazás közben algoritmusok kapcsolják össze. Fontos különbség mutatkozik abban, hogy a közlekedés érinti-e a sofőr eredeti útvonalát vagy pedig kifejezetten a kereslethez igazodik. Utóbbi példája az Uber alkalmazás, mely működése nem tartozik a definíció szerinti telekocsizás témakörébe, hiszen kereslet hiányában elmarad az utazás (ZHONG, L. ET AL 2020). Éppen ezért az ehhez a típushoz tartozó, megosztáson alapuló közlekedéstípusokat nem vizsgálom a disszertációban. Természetesen az infokommunikációs technológiák mobilitásra

tett hatása túlmutat a ma ismert telekocsizáson, hiszen többek között ide sorolható még az autómegosztás és egyéb járművek akár business-to-peer koncepcióban történő hozzáférhetősége (COHEN, B. – KIETZMANN, J. 2014; MOURAD, A. ET AL 2019). Ezek főként a nagyvárosokban kiépült infrastruktúrával rendelkeznek. Ilyenek hazánkban a Drive Now, Mol Limo, GreenGo vagy a kerékpárra tervezett GyőrBike kölcsönző-rendszer. A megosztáson alapuló közlekedés ezen vállfajait nem érintem, hiszen az utazás megosztásán, vagyis a telekocsizás kontextusában vizsgálom az online interakciókat.



8. ábra A telekocsizás helye a megosztáson alapuló gazdaságban

Szerk.: Bálint D.

Az internet-alapú klasszikus telekocsizást MATTIA, G. (ET AL 2020) modern kori autóstoppolásnak nevezi, mely párhuzam utal arra, hogy lényegében a két koncepció megegyezik. A stoppolás Magyarországon is megjelent a 20. században és napjainkban (főként) a fiatalabb korosztály low-cost utazásai révén él tovább (KUPI M. ET AL 2018). Ezt SHAHEEN, S. – COHEN, A. (2019) a telekocsizás hármas felosztásában az utolsó, ad-hoc csoportba sorolja a másik kettő, az ismerős-alapú, valamint a szervezet-alapú telekocsizás mellett.

A stoppolás témakörében elérhető szakirodalom hiányos (HOUTE, A. D. 2020), melyhez az utazás jellege (szervezetlenség, adathiány) is hozzájárulhat. Magyar nyelvű tanulmányok példaként nem elérhetők ebben a témakörben. Míg az autóstoppolás alatt rendszerint szívességből, altruista motivációk vagy kalandvágy által ösztönzött utazást értünk, ezzel szemben az internetes utazásmegosztás (ride-sharing) platform alapú típusai egy szervezettebb, szélesebb tömegek számára elérhető alternatív közlekedési módot kínálnak (BREWER, R. N. ET AL 2019). CASPRINI, E. (ET AL 2019) négy fő aspektusát emeli ki a stoppolásnak: elsőként a résztvevőknek jellemzően anyagi problémáik vannak, ezért keresnek alternatív közlekedési megoldást. Másrészt irányban gondolkodnak nem pedig célállomásban, hiszen az együtt utazás esetén nem a közös desztináció, hanem a megegyező irány az elsődleges. Harmadrészt a mai telekocsizáshoz képest az utas és sofőr sem az út előtt, sem után nem lép kapcsolatba, végül pedig pénzügyi tranzakció sem megy végbe. Ezek az állítások a platformok által koordinált telekocsizásra már nem jellemzők, vagyis az alapkoncepción kívül teljesen megváltozik a tényleges, offline térben megvalósuló utazás módja. Azokat a határokat, melyek a telekocsizás elterjedését nehezítették, ezek a szervezetek kiküszöbölik vagy legalábbis csökkentik (BRERETON, M. ET AL 2009; BIOCCHI, N. – MAMEI, M. 2014) a technológiai eszközök következtében. Ilyen példaként a tranzakciós költségek mérséklése (az online felület segítségével), az ismeretlenek közti bizalom kiépítése (értékelőrendszerekkel), a fizetés egyszerűsítése (elektronikus fizetési rendszerek), melyeket a platformok koordinálnak, beépítenek működésükbe. Sikerességüket tulajdonképpen az határozza meg, hogy milyen hatékony a felek koordinálása. A harmadik fél hiánya nem csak a szabályozásban, de a biztonságban is kérdéseket vet fel, hiszen az utas és sofőr közti konfliktus, közlekedési baleset esetén a platform maximum mediátorként lép fel, de nem vállalja a felelősséget a tényleges, offline utazás körülményeiért (HARTL, B. ET AL 2019). A sofőröket és utasokat összekötő platformokat a közlekedéstudomány és a megosztáson alapuló gazdaság tudományterülete vizsgálja.

Példaként a legnagyobb hazai telekocsi platformot, az OSZKÁR-t középpontba állító esettanulmányok (SZABÓ, K. – GUPTA, G. S. 2020) is a megosztáson alapuló közlekedés témakörén belül elemeznék, vagyis látható, hogy ha a telekocsizásra szeretnénk fókuszálni, akkor megkerülhetetlen annak a keretrendszernek az ismerete, melyet a korábbi fejezetekben bemutatam. Jelentős eltérés mutatkozik ugyanakkor a hazai és nemzetközi szakirodalmi bázis kiterjedtségében. Bár sok tanulmányban kerül elő említés szintjén a platform alapú telekocsizás, de kevés számú esettanulmányt találunk itthon, jellemzően az OSZKÁR adatbázisára építve elemeznék különböző jelenségeket a platformon keresztül (SZABÓ, K. – GUPTA, G. S. 2020; NAGY S. – CSISZÁR CS. 2017; HARTL, B. ET AL 2019; BERDE, É. – TÓKÉS, L. 2020). A platformmal kapcsolatos

tanulmányok két dologra mutatnak rá. Egyrészt arra, hogy a témában itthon az OSZKÁR a megosztáson alapuló közlekedés egyértelmű zászlóshajójának számít, másrészt pedig azt, hogy kiemelt szerepe van az adatok elérhetőségének, mely jórészt az alapítók nyitottságán múlik. Ennek következtében lehetővé válik olyan elemzések elvégzése az OSZKÁR adataira támaszkodva, mely más, az adatokat aggregáltan sem megosztó platformok esetében nem lehetséges.

3. Célkitűzések

Jelen kutatás célja az online interakciók offline, fizikai térben megjelenő mintázatainak feltárása egy megosztáson alapuló gazdasági modellben működő platform mélyfűrészelésű elemzésén keresztül. A dolgozat kutatási kérdései összesen három nagy csoportba sorolhatók, melyek a tranzakció megvalósulásának, értékelésének helyt adó online felületre, illetve a valós, földrajzi térben hozzá kapcsolódó mintázatra kérdeznek rá helyi és országos területi szinten. Bár külön célkitűzésként nem kap helyet, a dolgozat első nagy egysége (2. fejezet) a megosztáson alapuló gazdaság lehatárolásának kérdését járja körül.

Az első rész a platformon megvalósuló interakciók résztvevőihöz kötődik.

- Azonosítható-e közös vonás a hazai felhasználók társadalmi háttérében (kor, nem, iskolai végzettség)?
- Melyek a résztvevők főbb motivációi?
- Milyen sajátosságokkal jellemezhető a platformok keresleti és kínálati oldala?

A következő két kérdéscsoport a területi mintázatokhoz kötődik. Az országos szinthez az alábbiak tartoznak:

- Milyen sajátossággal jellemezhető az adott tevékenység, azaz a telekocsizás viszonylatainak országos mintázata?
- Milyen esetekben azonosítható a platformoknál megfigyelhető rugalmasság (on-demand jelleg)?

A lokális, településen belül megjelenő mintázat esetén két kutatási kérdés fogalmazódott meg.

- Az online tranzakciók ki- és beszállási helyei milyen lokális terekhez kötődnek?
- Milyen területi mintázatot mutatnak a ki- és beszállási pontok az adott településen belül?

4. Kutatási módszerek

4. 1. A platform kiválasztása

Az első fejezetben tehát körülhatároltam a megosztáson alapuló gazdaságot és azonosítottam azt a négy vonást, melyek alapján szűkebben definiáltam a gyűjtőfogalmat. Ez szükséges volt ahhoz, hogy meghatározhassam azt a platform-típust, melyet mélyfűrés jelleggel elemzem. A korábbi részben azokat a területeket is kiemelttem, ahol a modell elsősorban megjelenik, ezek közül a közlekedést jelöltem ki, amin keresztül vizsgálni fogom a megosztáson alapuló gazdaságot. Mindezek alapján Magyarországon a mobilitáshoz kapcsolódó platformok közül kettő olyan peer-to-peer, vagyis magánszemélyeket összekötő, azok kihasználatlan kapacitásaihoz hozzáférést biztosító online platform működik jelenleg, melyek a vizsgálatban esettanulmányként szolgálhatnak, ezek az OSZKÁR telekocsi-rendszer, valamint a Blablacar és az abba olvadó egykori Autohop szervezet. Mindkettő szabad ülőhelyekkel rendelkező sofőröket köt össze utasokkal. A business-to-peer szervezetekkel szemben egyik sem birtokol ténylegesen személygépkocsikat, kizárólag egy köztes szervezetként végzik el a kereslet és kínálat összekötését. A platform kiválasztásában két szempontot vettem figyelembe, elsőként a népszerűséget, hiszen olyan szervezetet kívántam választani, mely nem csak regionálisan meghatározó, hanem használata országosan elterjedt és sikeresnek számít (KALÓZ E. 2015). A másik szempont pedig az adatok elérhetősége volt, vagyis, hogy a platform adatbázisára támaszkodhassak. Ez által lehetővé válik a platform interakciói során keletkező adatmennyiség elemzése, melyet a disszertáció egyik fontos elemének tartottam. A két szervezet közül mindkét szempont alapján az OSZKÁR platformja bizonyult megfelelőnek. Egyrészt nem csak a közlekedés területén, de az összes megosztáson alapuló platform közül a legnagyobb felhasználóbázissal rendelkezik, Magyarországon domináns platform: 2019-ben több mint 775 ezer regisztrált tagja volt (OSZKÁR.HU). Népszerűsége révén a köznyelvben az oszkározik ige is elterjedt, vagyis a modellhez kapcsolódó telekocsizás egybeforrt magával a platformmal. A másik szervezet Európában népszerű, vagyis jóval több országban van jelen, közel 60 millióan használják, itthon viszont nem tudott piacvezető szereplővé válni – ez részben annak köszönhető, hogy a hazai kezdeményezés viszonylag korán, 2007-ben indult. A másik szempont, az adatokhoz való hozzáférés alapján is az OSZKÁR kiválasztása célszerű, mivel az alapítókkal való kapcsolatfelvétel után lehetőséget biztosítottak a számomra, hogy hozzáférhessek a platform belső adataihoz, azokat aggregált, anonim formában a kutatási kérdéseim megválaszolásához elérhessem, eleget téve az adatvédelmi irányelveknek.

Összességében tehát több tényezőt együttesen vettem figyelembe ahhoz, hogy a vizsgálat részeként kiválasszam a részletesen is elemzett platformot, melyek közül kiemelkedik a meghatározott definíciónak való megfelelés, a kijelölt ágazathoz való kapcsolódás és az adatok biztosítása.

A platformot 2007-ben két egyetemista alapította, utastársakat az akkor Magyarországon rendkívül népszerű IWIW közösségi felületen kerestek. Mindez tehát azt mutatja, hogy a platform alulról szerveződött és erősen épített az online térben könnyen elérhető kapcsolati hálókra. Bár számos vetélytársa volt mégis idővel önálló szerverre költöztek (BERDE, É. – TÖKÉS, L. 2020). Létrehozói tehát olyan valós, saját maguk által tapasztalt igényt (Szombathely-Budapest utazás kényelmesebbé tétele) próbáltak egy hatékony választ adni, melyet a saját bőrükön tapasztaltak. Ez a startup mentalitás sok megosztáson alapuló platformra jellemző, ám közülük is kevés azoknak a száma, melyek a felhasználók számában ilyen jelentős növekedést tudnak elérni (az OSZKÁR-ra csak 2019-ben 135 000 felhasználó regisztrált (SZABÓ, K. – GUPTA, G. S. 2020)).

4. 2. Területi szintek kijelölése

Ezt követte a vizsgálat területi szintjeinek kijelölése, melyhez figyelembe vettem az OSZKÁR sajátosságait, azok alapján összesen két nagy területi egységet jelöltem ki, ezek voltak a lokális és országos szint. Ahogy már arra korábban utaltam, a közvetítő szervezetek tevékenysége révén az offline területi mintázatok, hatások jelentősen eltérhetnek, szervezetenként különbözhetnek. Mivel a platformok többsége a kritikus tömeg révén elsősorban városokhoz kötődik, ennek okán gyakran ezeken a településeken mutathatók ki offline hatásaik helyi szinten. Ez az OSZKÁR esetében is igaz, mely ugyan egy hosszútávú, települések közötti közlekedési mód, de a találkozási pontok (ki- és beszállás) révén az adott városon belül azonosíthatók olyan helyek, ahol megjelennek, forgalomműködést generálnak az interakciók. A másik szint, a viszonylatok országos mintázata pedig megmutatja azt, hogy mely területekről kapcsolódnak be intenzívebben az online platformra, ezek komplex okokkal magyarázhatók, közülük is a közlekedésföldrajzi tényezők emelkednek ki. Az online platformok mintázataira tehát jelentős hatást tesz az a társadalmi-gazdasági környezet, amelyben azok működnek, ez alól az OSZKÁR sem kivétel. Ahogy az eredmények fejezetben olvasható lesz számos, a magyarországi úthálózatra, települések közti kapcsolatokra jellemző mintázat kirajzolódik a viszonylatokban. Ilyen értelemben a platform és tér viszonya interdependens, egymásra kölcsönösen ható folyamat, ezáltal a geográfia számára releváns kutatási irány. Az online

szervezetekre jellemző rugalmasság, a között menetrendű közösségi közlekedéssel szemben való gyorsabb reagálási képességet szintén országosan viszonylatban, előre meghatározott tematika (fesztivál helyszínek) mentén vizsgáltam, mely az eredmények középső részében található.

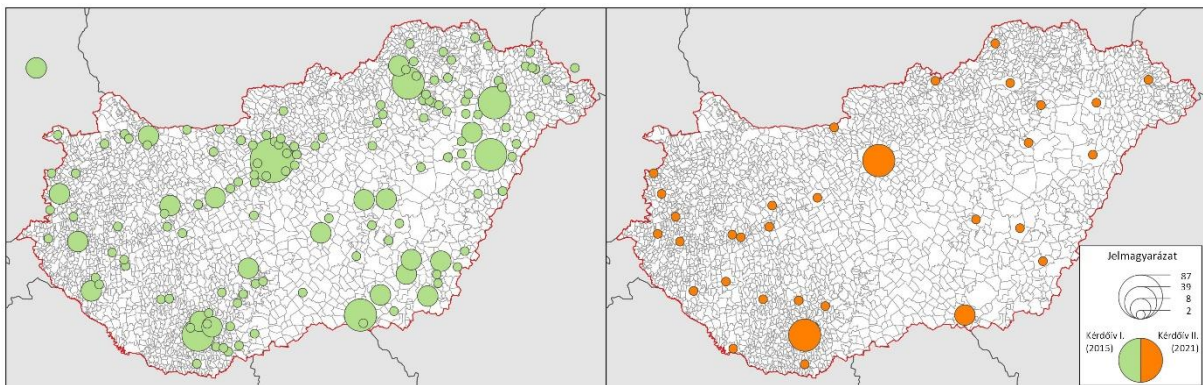
4. 3. Felhasznált módszerek

Disszertációmban mind szekunder, mind primer forrásokat használok. Előbbi közé tartoznak a KSH településsoros adatai, adatbázisok (TeIR), integrált városfejlesztési stratégiák (2014-2020), közvéleménykutató cégek (PwC) a megosztáson alapuló gazdaság témakörében született általános és országspecifikus felmérései, jelentései, a kiválasztott platform online felületeinek elemzése, valamint a terület átfogó szakirodalmi feldolgozása során felhasznált források különös tekintettel a definíciós kihívásokra. A második csoportba tartozik a kérdőív, valamint ide tehető a kiválasztott platform adatbázis-lekérdezései is, mely ugyan az OSZKÁR saját adatait jelenti, de azok célzottan, a kutatási kérdések megválaszolásához, valós idejű adatbázisból vannak lekérve. Ezek az aggregált adatok képezik az elemzések alapját, melyek a platform egyik alapítójával, Prácser Attilával való szakmai egyeztetés eredményeként elérhetők számomra. Az elemzés célja éppen ezért, hogy a megszokott adatgyűjtés eszközein (kérdőív, interjúk) túl olyan adatokra is támaszkodjon, melyek közvetlenül a platformtól származnak, így nem csak egy kisebb minta válaszaiból ismerhetők meg a hazai, kijelölt területen megvalósuló telekocsi-utazások jellemzői, az online interakciók offline területi hatásai. A lekérdezéseknek mindezek mellett egy, a dolgozat keretein túlmutató célja, hogy a hazai geográfia számára olyan modell-vizsgálatot mutasson be, mely big-datán alapul és várhatóan a jövőben a jelenleginél sokkal elterjedtebb lesz a területi kutatásokban. A felsorolt módszereken felül strukturálatlan interjút készítettem személyesen az OSZKÁR egyik alapítójával (Prácser Attila). Utóbbi két tevékenység csupán az eredmények árnyalásához járult hozzá, mellyel az volt a célom, hogy a dolgozat kvantitatív adatokra támaszkodó túlsúlyát csökkentsem. A strukturálatlan interjúban az alapítóval elsősorban az utazások típusáról, távolságáról és a találkozási helyek sajátosságairól kérdeztem, mely a vizsgálat kezdeti szakaszában a kérdőív kérdéseinek összeállításában és a lokális szint városainak kiválasztásában, a kutatási kezdeti fázisában nyújtott segítséget. Az alapító mellett három másik interjút készítettem két utassal és egy sofőrrel, akik öt évben legalább két alkalommal használták a platformot.

A következőkben részletesen is bemutatom az alkalmazott módszereket.

4. 3. 1. Kérdőív

Az anonim, 26 kérdést tartalmazó, Google Űrlapokban készült kérdőív célja egy jól körülhatárolt csoport, a telekocsizók utazási szokásainak és társadalmi hátterének megismerése. A kérdőív az OSZKÁR telekocsi-platform online felületein (honlap, közösségi média) volt elérhető 2015. augusztus 19 és 23 között öt napon keresztül magyar nyelven, melyet összesen 425 fő töltött ki (lásd: melléklet). A felmérést azért online formában végeztem el, hogy országosan minél több utast és sofőrt érhessek el. Nem egy behatárolt, kisebb földrajzi területre koncentrált elemzést szerettem volna megvalósítani, mint ahogy például más, a megosztáson alapuló gazdaságot tágabban vizsgáló hazai kutatás teszi (LENGYEL, L. 2017). A mintába kerülés egyetlen feltétele a platformon való regisztráció és a minimum egyszeri telekocsi-használat volt (mindegy, hogy milyen szerepben, utasként vagy sofőrként). Az űrlapot az első alkalommal, a 2015-ös megosztásakor összesen 140 településről töltötték ki, melyek közül az alábbi lakóhelyek adták a legmagasabb számokat: Budapest (88 fő), Pécs (39 fő), Szeged (28 fő).



9. ábra. A kérdőív (N=425) kitöltőinek állandó lakhely szerinti megoszlása abszolút számban

Szerk.: Bálint Dóra

Ezt a kérdéssort később, 2021 februárjában a COVID-19 világvárossal kapcsolatos kérdésekkel kibővítve ismét elérhetővé tettem az OSZKÁR Facebook oldalán. A megismételt kérdőíves felmérés célját, a 2015-ös állapotokkal való összehasonlítást azonban nem tette lehetővé a kitöltők száma miatt, mely az első lekérdezéshez képest alacsonyabb (N=67). Ezért ezt az eredményt fenntartásokkal kell kezelni. Az első, eredeti kérdőívvel szemben azonban olyan recens folyamatokkal kapcsolatban is információt szolgáltat, mint a világvárossal hatása a telekocsi-szokásokra, ezért felhasználom a dolgozatban a COVID-19 időszakában az ülőhelyszámokra tett hatásokat elemző fejezetben. Az alacsony kitöltési hajlandóság magyarázata lehet, hogy a kérdőív a második és harmadik hullám heteiben volt aktív, mely

időszakban a telekocsi-platform használata (a szigorúan értelmezett járványügyi előírások – távolságtartás – betartása lehetetlen a közlekedési mód során) és a Facebook oldal látogatása a mobilitás általános visszaesése miatt jóval alacsonyabb volt. A másik ok szezonális különbségekkel magyarázható: míg 2015-ben nyári, augusztusi hónapban volt elérhető a kérdéssor, addig a tél vége-tavaszi eleje egy, az utazás szempontjából kevésbé forgalmas időszak.

Az eredeti kérdőív három nagy egységből épült fel, melyben egyaránt helyet kaptak feleletválasztós és nyitott kérdések. Az első részben a telekocsi szokásokat mértem fel (például: Honnan hallott először a telekocsi-platformról? Milyen gyakran vesz igénybe ilyen utazási formát? Azt a távolságot, melyet telekocsival tesz meg, korábban milyen közlekedési eszközzel győzte le?), mellyel az volt a célom, hogy egy általános képet kapjak a felhasználók utazásairól, a platform használatának gyakoriságáról, konkurens közlekedési módjaikról. A második egységben öt állítást kellett értékelniük aszerint, hogy mennyire igazak rájuk (egy ötfokozatú skálán), valamint felmértem telekocsizással kapcsolatos motivációikat. Itt a platform versenyképességét, előnyeit akartam megismerni más közlekedési módokkal szemben, összességében azt, hogy mitől lesz vonzó opció a telekocsizás a magyar utasok számára. Végül az utolsó részben általános adatokra kérdeztem rá (pl. kor, nem, lakóhely stb.), mellyel a kitöltésben résztvevők általános jellemzőit kívántam megismerni. A módszerek közül azért használtam fel a kérdőívet, hogy egy általános képet kaphassak a felhasználókról és utazási szokásaikról, legegyszerűbben pedig magán a platformon keresztül tudtam elérni őket, ezért döntöttem az online kérdőív mellett.

Az OSZKÁR platform alapsokaságáról nincsen elérhető adat, egyedül a felhasználók száma ismert. 2019-ben 775 000 regisztrált felhasználója volt a platformnak és összesen egy év alatt 6,5 millió utazás valósult meg a platformon. Egy személy átlagosan nyolc alkalommal használta az OSZKÁR-t regisztrációja után. 2015 és 2018 közötti időszakban a felhasználók köre folyamatosan bővült. Mind az utas, mind pedig a sofőr oldalán a nőknél erőteljesebb volt a növekedés. Az aktív felhasználók száma, akik egy évben legalább egy alkalommal használják a telekocsit 400 000 fő (SZABÓ, K. – GUPTA, G. S. 2020).

4. 3. 2. Lekérdezések

A dolgozat gerincét adó lekérdezések összesen hat éven keresztül 2014 és 2020 között zajlottak, a telekocsi utazások területi mintázatait országos szinten, települések között, valamint helyi, lokális szinten vizsgálták. Összesen öt nagyobb, 21 kisebb egységből álló lekérdezés valósult

meg. Az SQL-alapú legyűjtést Prácser Attila segítségével valósítottam meg, aki a platform teljes adatbázisához rendelkezik hozzáféréssel. Az adatokat a legtöbb esetben nyers formában kaptam, így néhány helyen a tisztítás során jelentkező főbb kihívásokat is be fogom mutatni. Az egyes adatbázisokat időrend szerint a következőkben részletezni fogom. Ezeket a következő oldalon lévő táblázat foglalja össze. Az eltérő időintervallum oka, hogy az adott lekérdezés egy-egy meghatározott kutatási kérdésre irányult. Az egyes adatbázisok tulajdonképpen több vizsgálatot foglalnak össze, melyek a viszonylatok, illetve a telekocsizásban megjelenő top hazai és külföldi településekre vonatkozó lekérdezéseket tartalmazzak. Az adatbázisok közül kettő az időbeliség vizsgálatára vonatkozó adatsorokból áll: a kiválasztott fesztiválok, illetve a COVID-19 hazai első hullámának időpontjaiban arányosított telekocsi-forgalmat (lekérdezés 2., lekérdezés 5.). A helyi, utazások találkozási helyeit vizsgáló kérdés pedig nem a lefoglalt ülőhelyszám abszolút vagy arányosított értékeit tartalmazza, hanem az adott település közigazgatási határán belül a 0,5%-nál nagyobb arányú említéseket utcanév, cím alapján. A 0,5%-os határ minden esetben az adott település találkozási helyeinek említési gyakoriságához viszonyított érték.

2. táblázat A lekérdezések általános jellemzői

Szerk.: Bálint D.

Név	Lépték	Dátum	Időintervallum/lekérdezés	Lekérdezés száma	Típus	Érték
Lekérdezés 1.	50 legnépszerűbb út települései	2014. szeptember 22-28, december 8-14, 2015. június 29-július 5, július 27-augusztus 2	7 nap	4	Küldő és fogadó települések nevei és utasszámai, átlagos díjszabás	Abszolút szám
Lekérdezés 2.	17 kiválasztott település	2016 nyár (egyedi, fesztiválok időpontjaiban és 3-3 héttel előtte/utána)	3 nap	7	Kiválasztott fesztiválhelyszínek utasszámai	Abszolút szám
Lekérdezés 3.	Országos (összes telekocsiforgalmat lebonyolító település)	2017 szeptember	30 nap	1	Küldő és fogadó települések nevei és utasszámai	Abszolút szám
Lekérdezés 4.	5 kiválasztott település	2017 szeptember	30 nap	1	Kiválasztott települések találkozási helyei	Abszolút szám
Lekérdezés 5.	Országos (összes telekocsiforgalmat lebonyolító település)	2020. február 7-9, február 10-12, március 9-11, március 12-14, március 25-27, március 28-30, április 6-8, április 11-13, május 30-június 1	3 nap	8	Küldő és fogadó települések nevei és top viszonylathoz viszonyított arányai	Arányosított érték

Lekérdezés 1.

Az első lekérdezés célja a telekocsi-utazások szezonálisának elemzése volt, melyhez összesen négy időpont (két nyári, egy őszi és egy téli) heti viszonylatait vizsgáltam. Az adatbázisban a küldő és fogadó település nevei, lefoglalt ülőhelyszámai (azaz a megvalósult utazások), valamint a viteldíj összege szerepelt utazásonként (pl. Baja-Budapest, lefoglalt ülőhelyek száma: 49, átlagos útdíj: 2090 Ft.). Az adatokat településpárokban kaptam meg, indulás és érkezés szerint bontva abszolút számban. Az adatbázis nem tartalmazta az összes telekocsi-forgalomban érintett települést, kizárólag az 50 legnépszerűbb viszonylatot, mely az elemzést is behatárolta. Itt, ahogy később, az összes lekérdezés esetén is visszamenőlegesen, adatvédelmi és üzleti okokból legalább néhány hónappal csúsztatva kaptam meg az értékeket.

Lekérdezés 2.

A következő lekérdezés 2016 nyarán valósult meg, mely már egy szűkebb kört érintett, összesen 17, előzetesen kiválasztott település telekocsi-utasszámait tartalmazta hét időpontban. Mivel a fesztiválok forgalomra gyakorolt hatását vizsgáltam, ezért az időpontok minden esetben az adott rendezvényhez kapcsolódtak, tartalmazták a fesztivál előtti és utáni három-három hét utasszámait, valamint a fesztivál hetének értékeit. A rendezvények meghatározása során arra törekedtem, hogy országos, évente megrendezésre kerülő és több napos események kerüljenek a mintába, melyek területileg és látogatószámban is sokszínűek. A szűkítést meghatározta a fesztiváladatbázisban való elérhetőség (FESTIVÁLREGISZTRÁCIÓ.HU) és a látogatószám – azokat a rendezvényeket, ahol nyilvánosan nem volt elérhető a résztvevők száma a 2016-os évből, kivettem a mintából, így alakult ki a végleges szám. Ezekben műfaji szempontból túlsúlyban zenei fesztiválok kaptak helyet.

3. táblázat A kiválasztott fesztiválok nevei és települései

Szerk.: Bálint D.

Sorszám	Fesztivál (név)	Helyszín (település)
1.	Alterába	Körmend
2.	Bánkitó Fesztivál	Bánk
3.	Campus Fesztivál	Debrecen
4.	EastFest	Mezőtúr
5.	EFOTT	Velence
6.	Everness	Balatonakarattya
7.	FesztEger	Eger
8	Fezen	Székesfehérvár
9.	Fishing on Orfű	Orfű
10.	Művészetek völgye	Kapolcs
11.	Ozora Fesztivál	Sárbogárd

12.	Paloznaki Jazz	Paloznak
13.	Rockmaraton Fesztivál	Dunaújváros
14.	Rockpart	Balatonszemes
15.	Savaria Karnevál	Szombathely
16.	SZIN	Szeged
17.	Veszprémi Utcazene Fesztivál	Veszprém

A harmadik, időintervallumot (30 nap) és a léptéket tekintve (összes telekocsi-forgalomban érintett település) is legnagyobb volumenű, országos lekérdezés az összes, 2017 szeptemberében, az OSZKÁR-on lefoglalt ülőhelyszámot tartalmazza. Az első adatbázishoz hasonlóan a küldő és fogadó települések neveivel és a hozzájuk kapcsolódó értékekkel, abszolút számban. Egy hónapnyi összesített adat lehetőséget adott olyan elemzés elvégzésére, ahol a hazai telekocsi-utakról általános megállapítások szűrhetők le, vizsgálhatók abszolút számban, valamint lakosságárányosan egyaránt. Ezekhez az adatokhoz nem településpárokban, hanem induló és érkező állomásokra bontva jutottam hozzá, az adattisztítás után pedig az is kirajzolódott, hogy az érkező települések száma van túlsúlyban (165 és 150 db település). Az adatbázisban megfigyelhető volt egyes helyek (pl. Liszt Ferenc Repülőtér) önálló említése, melyeket szintén településhez rendeltem, valamint elírások, melyek révén sok volt a dupla említés (lásd: táblázat).

4. táblázat Részlet a lekérdezés 3. adatbázisából

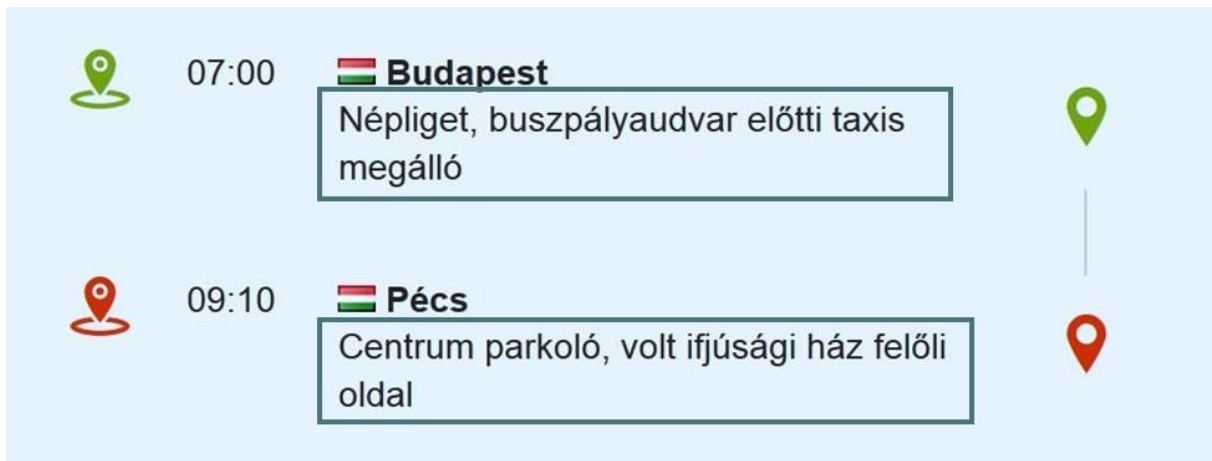
Szerk.: Bálint D.

Sorszám	Érkező települések	Lefoglalt ülőhelyek (db)
10.	Szeged Belváros	874
11.	Bécs	831
12.	Győr	794
13.	Győr	782
14.	Mátészalka	678
15.	Szombathely	646

Lekérdezés 4.

A negyedik lekérdezés adatai szintén a 2017 szeptemberi időszakból származnak, de teljesen más értékeket tartalmaznak a korábbiakhoz képest. Ez az adatbázis kapcsolódik a városi terekhez, vagyis a lokális szinthez kapcsolódó elemzéshez, melyhez a hirdetésekben szereplő találkozási helyek neveit kértem le az összes településről (10. ábra). A tábla összesen 332 156 Excel sort tartalmazott, a következő lépés a vizsgált városok kiválasztása, majd leszűrése. Ahogy az alábbi ábrán is látható, a hirdetésekben nem legördülő menüből választották ki az autósok a helyszíneket, hanem maguk írhattak be egy vagy akár több találkozási helyet a

megadott helyre, amelynek következtében a kapott adattábla rendkívül heterogén.



10. ábra Példa a találkozási helyeket tartalmazó hirdetésre

Szerk.: Bálint D.

A települések kiválasztásánál az volt a célom, hogy közel azonos méretű és funkciójú városi jogállású települést vonjak be a mintába az ország különböző területeiről. Ennek értelmében a fővárost kihagytam az elemzésből és a megyei jogú városok csoportjára koncentráltam. Budapest vizsgálata, bár a településméret miatt a legtöbb telekocsi találkozási helyet tartalmazta, a mintában szereplő városoktól mind népességszámban, mind pedig telekocsiforgalomban (lásd: országos mintázat rész) eltért, ezért nem összehasonlítható. A kisebb városok bevonását azért nem tartottam szerencsésnek, mert azoknál jellemzően rendkívül alacsony telekocsi-forgalom volt kimutatható, ezért nem tűnt relevánsnak a lokális mintázatok vizsgálatát. A vidéki városok közül tehát másik változót is figyelembe vettem, a telekocsi-forgalom alapján kis, közepes és nagy utasszámmal rendelkező települést határoztam meg, annak céljából, hogy feltárjam a különbségből adódó lehetséges eltérő mintázatot. A települések közül a két tényező alapján (50 000 főnél népesebb vidéki város, telekocsi-forgalom) öt település: Debrecen, Szeged, Kecskemét, Sopron és Tatabánya került bele az esettanulmányba. Ezután következett az érintett települések leszűrése az adatbázisból, valamint az adattisztítás. Ezeket a lépéseket 2019 nyarán végeztem el, egy intézeti térképész kolléga (Szabó Tamás) bevonásával és körülbelül két hónapot ölelt fel ez a munkánk. Az adatbázis nemcsak utcaneveket foglalt magában, de konkrét helyszíneket is, melyekhez címeket rendeltem és keresés-cserével egységesítettem az azonos pontokat. Az adattábla tisztítását még számos, a hirdetések sajátosságaiból fakadó kihívás lassította, ezek közül a fontosabbakat megoldásokkal együtt a következő pontokban emelem ki.

- Helyszínek száma: rendszerint több helyszínt tartalmazott az adatbázis egy-egy sora (11. ábra). Ez annak tudható be, hogy az OSZKÁR-on az autós bármennyi helyszínt megjelölhet egyszerre, ezeket mind külön szedtem, mely jelentősen növelte az elemszámot.
- „Lukoil-probléma”: egy adott településen több azonos nevű benzinkút vagy egyéb kereskedelmi egység is helyet kapott, ebben az esetben, ha nem volt mellette konkrét cím, mindig az adott cégen belüli legnépszerűbb találkozási helyhez rendeltem a városon belül. Ez a kihívás természetesen nem csak a Lukoil-benzinkútnál, hanem további egyéb szolgáltatóegységek, példaként bevásárlóközpontok, gyorséttermek esetén felmerült. A Lukoil nevet azért ez kapta, mivel az adattisztítás során itt észleltem először ezt a problémát.
- Egyéni feliratok: a „megegyezés szerint”, „házhoz”, „bárho”, „kocsiban megbeszéljük” feliratokat és további variációit mind az egyéni megnevezés alá vettem.
- Címkeresés: azoknál a helyszíneknél, ahol nem volt meg a pontos cím (pl. vasútállomás) ott az Open Street Map-en azonosítottam be a címet és rendeltem hozzá a megnevezéshez. Olyan is előfordult, hogy az Open Street Map nem tartalmazta a címet, viszont mivel a városban egyedi volt a megnevezés (pl. Sopronban csak egy központi vasútállomás található), ezért a Web service városnévvel párosítva automatikusan odarendelte a pontot.

<p>Interspar parkoló (Tatabánya, Győri út 25.) Interspár parkolója</p> <p>Interspár vagy Megegyezés szerint</p> <p>Interspar, vonatalomás, barhol</p> <p>Interspár, vasútállomás</p>

11. ábra Néhány példa a nyers adatokra

Szerk.: Bálint D.

- Szinonimák, helyi elnevezések: nagy számban fordult elő, hogy az adott helyszínt többféle elnevezéssel találtam meg az adatbázisban (pl. nagyállomás, vasútállomás, vonatállomás stb.), ekkor a pontokat egységesítettem, helyi elnevezés esetén pedig internetes keresés segítségével azonosítottam be a konkrét helyet.
- Helyesírási hibák, elgépelések: szintén nehezítette az egységesítést, hogy számos verzióban találkozhattam egy-egy népszerűbb találkozási hellyel, melyeket első körben keres-cserével, majd a kreatívabb változatokat manuálisan cseréltem ki (5. táblázat).

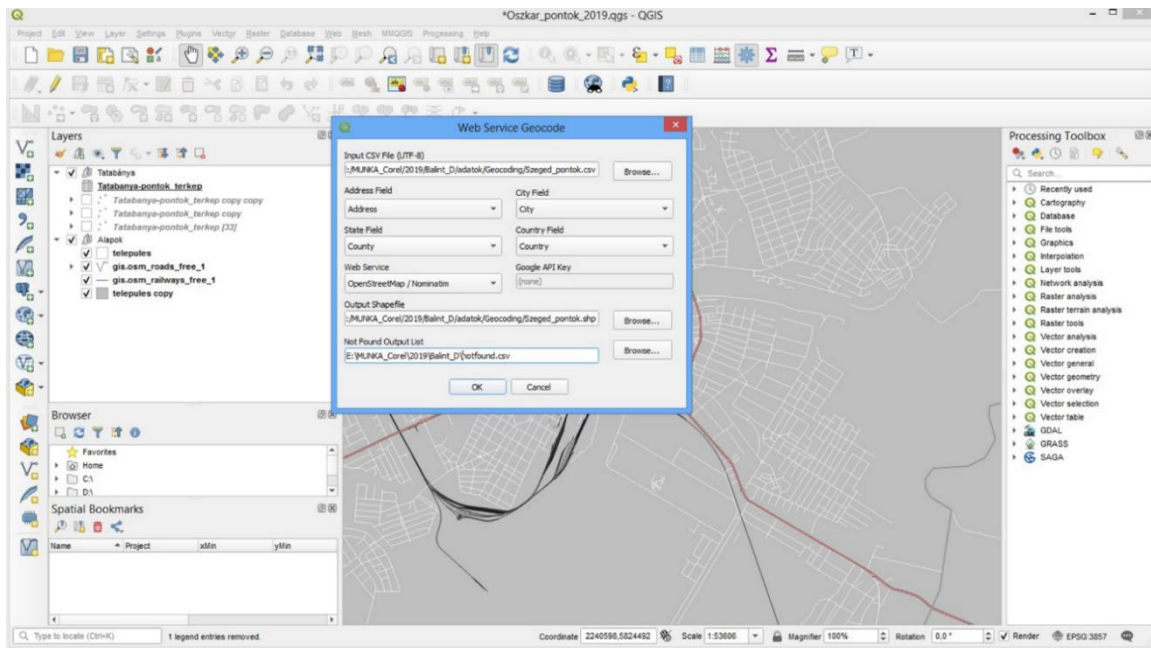
Erre lehetne megoldás a platformon található legördülő címlista, mely nagyban egyszerűsítene hasonló lekérdezések esetén a feldolgozást és a térképes megjelenítést egyaránt.

5. táblázat Találkozási hely változatok Debrecen példáján – Kishegyesi út 1-11 Tesco geokódolási címre

Szerk.: Bálint D.

Tesco parkoló
Teso Parkoló
Tessco
tescoparkoló
Tescó parkoló (Kishegyesi út)
tesko kishegyesi út
Tesoc kishegyesi
tesvo (kishegyesi)
Tesci (kishegyesi)
tescco

Az adatok tisztítását követően összegeztem a megegyező címeket (SUM) és a kialakult sorrendet vittem térképre. Például Debrecen esetén ezen a ponton 1395 cím szerepelt a letisztítás után, melyet összesen 15 309-szer említettek. Az egyes települések összehasonlíthatósága és a vizuális megjelenítés miatt nem az összes említést, hanem csak a 0,5%-nál gyakoribb találkozási helyeket ábrázoltam mind az öt településnél, mely már jelentősen lecsökkentette a térképre felkerülő körök számát. Kimaradtak tehát az alacsony forgalmú és a ritkán (1-2 alkalommal) megjelenő pontok, ezért a térképek nem tartalmazzak számos kisebb találkozási helyet. Az adatok térképes megjelenítését nyílt forráskódú, általános licenc-el rendelkező (GNU-GPL) szoftverrel (QGIS) végeztem el, melyhez felhasználtam az OpenStreetMap szintén ingyenes térképfelületet. Az adattáblákat CSV fájlként a szoftver MMQGIS plug-in-jába töltöttem fel és geokódoltam (12. ábra). A web service segítségével az összes pontot ábrázolni tudtam a korábban említett 0,5%-os határ felett. Az osztályozást a szoftver készítette el „natural breaks” alapján, melyet a meglévő adatokból számol ki, ez a pontoknál összesen négy kategóriát jelentett. A térképeken az úthálózatot és a vasúthálózatot jelöltem, mely a város morfológiai sajátosságairól is információkat hordoz. A geokódolás során a szoftver CSV-ből készített egy Shape fájlt vektor formátumban.



12. ábra A geokódolás folyamata a tisztított adatbázis vizuális megjelenítésekor

Szerk.: Bálint D.

Lekérdezés 5.

Az utolsó, 2020-ban a járványhelyzet első hulláma és a kijárási korlátozások idején, a telekocsi-forgalom változását nyomon követő vizsgálathoz készült utolsó lekérdezés három nap összesített lefoglalt ülőhelyszámát tartalmazta nyolc időpontból (5. táblázat). A táblázat nem abszolút értékeket tartalmazott, hanem egyetlen viszonylathoz (Miskolc-Budapest) viszonyított százalékos értékeket. Az említett telekocsi viszonylat a 2020. februári legnépszerűbb út volt, vagyis a legmagasabb értékkel rendelkezett. A térképes megjelenítés során kizárólag a 0,02%-nál nagyobb értékű viszonylatokat jelöltem, amelyek nem az összehasonlíthatóság volt a célja, hanem annak bemutatása, hogy az intézkedések és a járványhelyzet együttesen hogyan csökkentette le az utasszámokat az összes viszonylat esetében.

6. táblázat Részlet a lekérdezés három adatbázisából

Szerk.: Bálint D.

Időpont 1: február 7- 8-9.	Településpárok	%
1.	Miskolc-Budapest	1
2.	Szeged-Budapest	0,965142
3.	Nyíregyháza-Budapest	0,52215
4.	Budapest-Nyíregyháza	0,52215
5.	Budapest-Pécs	0,3888889
6.	Debrecen-Budapest	0,111474

4. 3. 3. Statisztikai- és honlapelemzés

Az OSZKÁR használat és egyes településszintű indikátorok vizsgálata statisztikai korrelációs elemzéssel SPSS szoftver segítségével valósult meg (korrelációs mátrix, lineáris regresszió). Egy hónapnyi indulás és érkezés összesített adatainak (Lekérdezés 3) lakosságszámhoz viszonyított értéke képezte a függő változót, melynek kapcsolata kilenc független változóval került elemzésre.

Ezek kiválasztása felderítő kutatás részét képezte. Összesen három nagy csoportra sorolhatók, melyek az interneteléréssel, az adott település gazdasági-társadalmi helyzetével, valamint közlekedési helyzetével kapcsolatosak. Ide tartozik a felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya, az egy főre jutó nettó jövedelem, a legalább érettségizett, a 18+ éves népesség a megfelelő korúak százalékában, a regisztrált gazdasági szervezetek száma ezer lakosra, a szállásférőhelyek száma, a személygépkocsi-ellátottság aránya, az internetelőfizetések aránya, az út szerinti optimalizálás esetén legrövidebb út hossza kilométerben a megyeszékhelyig, illetve az idő szerinti optimalizálás esetén a leggyorsabb út hossza autópálya csomópontig. A település szintű adatokat a TeIR adatbázisból értem el.

Az online platform működését, felületeit az offline hatások vizsgálata előtt egy szekunder vizsgálat, a honlapelemzés előzte meg. Ehhez a szakirodalom feldolgozása volt segítségemre, melyre támaszkodva öt szempontot vettem figyelembe az OSZKÁR online felületeinek vizsgálatakor (ezek voltak a belépési küszöb, az átcímkezés, a szolgáltatás-elemek, bizalom építés és platform-profit). A publikációk közül SLEE, T. (2017) könyvére alapozva jelöltem ki a kutatási szempontokat, melyben részletesen bemutatja a platformokkal kapcsolatos főbb kihívásokat. Az OSZKÁR honlapján a felhasználási feltételek leírása tartalmazta a telekocsi-rendszer általuk létrehozott szabályrendszert, melyet minden esetben maga a platform állapít meg a jogi környezetnek megfelelően. Ez nyilvánosan elérhető, illetve a felhasználók a regisztrációval ezeket a feltételeket elfogadják.

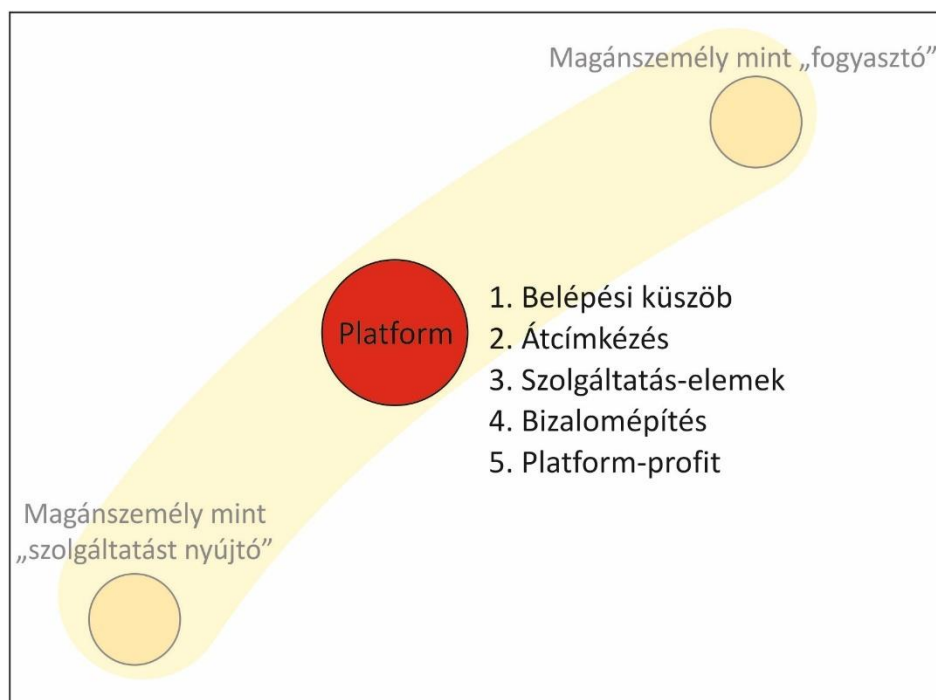
Mivel a vizsgálat során maga a platform is hozott új intézkedéseket (pl. értékelések rendszerének alakítása) ezért 2020-ban végeztem el a meghatározott szempontok mentén lefolytatott honlapelemzést. Fontos kiemelni, hogy a szabályokban apróbb vagy akár jelentősebb változásokat is bevezethetnek, ezért az elemzés egy pillanatfelvétel csupán az adott platform online interakcióiról. Ugyanakkor fontos elem, hiszen ez határozza meg a tranzakció keretrendszerét.

5. Eredmények

5. 1. Online aspektus 1: Az OSZKÁR platform elektronikus felületének elemzése

A megosztáson alapuló gazdasághoz köthető interakciók elsőként az online térben valósulnak meg, ezért a kiválasztott platform (OSZKÁR) példáján az elemzést a digitális felülettel kezdem. Ahogyan a bevezető fejezetben vizualizáltam (7. ábra), a peer-to-peer tranzakció három különböző nagy egységre osztható. Közülük az egyik elem maga a digitális felület, mely a szolgáltatás alapja és kijelöli a tranzakció kereteit. Ez az OSZKÁR esetén egy weboldalt és mobilapplikációt jelent, valamint a köré épült információs és kapcsolattartási felületeket: blogot, fórumot és egyéb közösségi média oldalakat. Az online térben található még a szolgáltatás működésének jogi háttérét is magában foglaló szabályzatot, melyet a honlappal együtt két nagy szempontból lehet vizsgálni: egyrészt megtalálhatók benne a platformokra jellemző közös attribútumok (1), másrészt olyan egyedi, innovatív megoldások, melyek az adott szervezethez kötődnek (2).

Az elemzés során jelen részben ezekre a közös vonásokra koncentrálok (1), melyek a közvetítő platformok felületein és annak szabályzatai alapján rajzolódnak ki. Az első fejezetben öt ilyen nagy kategóriát azonosítottam a tranzakció keresztmetszeti képe alapján, melyet a szakirodalmi elemzésre építettem. Ezen tényezők mentén elemzem az OSZKÁR online felületét röviden, leíró jelleggel.



13. ábra A platformok öt nagy vizsgálati szempontja

Szerk.: Bálint D.

1. Belépési küszöb: a platformon való részvétel feltételei, szolgáltató és fogyasztó oldal

Az OSZKÁR rendszerébe történő regisztráció díjmentes (egyedül életkorhoz, a 16. életév betöltéséhez kötött), egy rövid adatlap kitöltésével, illetve önmagában Facebook profillal is lehet csatlakozni. A közvetítő szervezetek esetén általánosan megfigyelhető (pl. Blablacar, Airbnb), hogy az ismeretlenek közti interakciókhoz más digitális felületeken megosztott profilokat, információkat is összekötnek a regisztrálók adatlapjával, vagyis a magánszemélyek személyes márkaként jelennek meg, mely alól az OSZKÁR sem kivétel. A belépési küszöb különbözik a sofőrök és utasok oldalán, hiszen előbbi esetben szükséges hozzá egy fizikai erőforrás (gépjármű), valamint egy készség és jogosultság (autóvezetés) együttes birtoklása. Arra vonatkozóan nem készült a sofőrökre fókuszáló kutatás, hogy pontosan milyen motivációk játszanak szerepet a telekocsi-rendszerhez való csatlakozásban, de a későbbiekben, a kérdőív adataiból egy általános képet kaphatunk arról, hogy a megvalósult utazásoknál milyen ösztönzők jelennek meg a kérdőív kitöltőinek körében. A részvételhez szükséges még az idegenek iránti bizalom, vagyis pszichológiai tényezők is azonosíthatók, melynek elméleti hátteréhez a kiterjesztett én fogalma kapcsolódik. BELK, R. (1988) szerint a tárgyakat – akár tudatosan akár tudattalanul – saját részeinknek tekintjük. Az OSZKÁR esetén ez a megosztott erőforrás az autó, mely nem csak egy közlekedési eszköz, hanem státusszimbólum is. Használatát, típusát jelentősen befolyásolja többek közt a jövedelem, lakhely, illetve általában véve a személy életmódja (PRILLWITZ, J. – HARMS, S. – LANZENDORF, M. 2006). Mivel az autó sok esetben a szabadságot, függetlenséget jelképezi, ez a jelentéstartalom a tulajdonosok egy részénél gátat jelenthet abban, hogy azt idegenekkel közösen használja. A jármű esetén még számolni kell az utazás során fellépő amortizációval, ami szintén befolyásolhatja az autóhasználat és így a meghirdetett ülőhelyek számát. Önmagában tehát a kihasználatlan kapacitás nem jelent automatikusan részvételt, ha például mellette hiányzik a hajlandóság a tárgy megosztására, vagyis a belépési küszöb nem szűkíthető le kizárólag egy elemre, abban összetett tényezők játszanak szerepet (7. táblázat). Az utas oldaláról szintén kiemelhető a részvételi hajlandóság, a nyitott hozzáállás, hiszen a közlekedési mód során olyan gépjárművel utaznak, melyet ismeretlen, nem hivatásos sofőrök vezetnek. Érdekes kutatási kérdés, hogy vajon azonosítható-e egy sajátos személyiségtípus a telekocsizók között. Kirajzolódnak-e olyan tulajdonságok, melyek determinálják a jövőbeli részvételt? Az említett materiális és pszichológiai tényezők mellett további faktorok is befolyásolhatják a csatlakozást, mint például technológiai tényezők vagy olyan alapvető, általános szempontok, mint az életkor vagy a nyelvtudás. Az OSZKÁR összesen négy nyelven: angolul, németül, szlovénul és természetesen magyarul érhető el, mely a külföldi utak jelenlétére, a platform regionális terjeszkedésére

vezethető vissza. A telekocsi-rendszer szolgáltató oldalát a jogosítványszerzés miatt értelemszerűen determinálja az életkor és utas oldalról is korhatárhoz kötött használata. Mindezek egymásra hatva együttesen járulnak hozzá azokhoz a feltételekhez, melyek szükségesek a regisztrációhoz. A platformon való jelenlét önmagában még nem magyarázza meg a telekocsizásban való aktív részvételt, a meghirdetett/lefoglalt utak számát melyekhez újabb, egyedi szempontok kapcsolódnak, ezeket a későbbiekben, a motivációk résznél fogom bemutatni. A belépéshez szükséges tényezőket összefoglalva kijelenthető, hogy vannak könnyen mérhető, kvantifikálható elemek, mint például az életkor vagy a jogosítvány, jármű tulajdonlása, illetve ennél puhább szempontok, ilyen a megosztási hajlandóság vagy a telekocsizás, mint utazási forma iránti nyitottság. Összességében a platformra történő regisztráció a társadalom egy szűkebb csoportjához kötődik, mely mindig erősen függ az adott platform tevékenységi körétől.

7. táblázat A platformokra való belépés néhány eleme az OSZKÁR példáján

Szerk.: Bálint D.

<i>Tényező</i>	<i>Szerep</i>	<i>Példák (OSZKÁR)</i>
Általános	Sofőr, utas	16. év feletti életkor Magyar (+angol, német, szlovén) nyelvtudás
Pszichológiai	Sofőr, utas	Nyitottság, bizalom
Megosztási	Sofőr	Gépjármű + jogosítvány (B típusú)
Technológiai	Sofőr, utas	Internet-hozzáférés + OSZKÁR regisztráció

2. Átcímkezés: magánszemélyek/üzleti sofőrök aránya

Ahogy a platformok általános bemutatása során már utaltam rá, a magánszemélyeket összekötő (peer-to-peer) szervezetek esetén megfigyelhető a hibridizáció, mely során a szolgáltatást nyújtók között megjelennek üzletszerű tevékenységeket végző, sokszor nehezen lehatárolható csoportok. Erre példaként empirikus vizsgálatok is rámutattak a megosztáson alapuló gazdaság zászlóshajójának tekintett Airbnb esetén (GYÓDI, K. 2019) Az OSZKÁR példáján még az is látható, hogy a vizsgált közvetítő szervezet határozza meg azt, mi számít felületein üzletszerű tevékenységnek, vagyis a platformok szabályozó szerepe jelentős. A telekocsi-rendszer esetén két nagy kategóriába oszthatók a sofőrök: egyrészt úgynevezett „klasszikus telekocsizókra”, akik A-ból B-be történő utazásaik során szabad helyeiket meghirdetik, vagyis egy közös út erejéig másokkal társulnak. A másik, „üzleti sofőr” kategória pedig azokat a sofőröket foglalja magában, akik profitszerzés céljából regisztrálnak az oldalra. Arányukat a regisztrált összes sofőrön belül egy tanulmány 30-40%-ra teszi (BERDE, É. – TÖKÉS, L. 2020). Utóbbi csoportot

vizuálisan, egy arany kormánykerék szimbólummal különítik el a platformon, így az utasoknak lehetőségük van szűrni egyik vagy másik csoportra. Előbbi tevékenység hivatalosan jelenleg Magyarországon legálisnak számít, mivel profitszerzés nem, csupán költségmegosztás történik (OSZKÁR.COM/ÜZLETI 2020). Az OSZKÁR kisokosában egyértelműen körül van határolva, hogy milyen feltételek esetén számít valaki üzleti sofőrnek (OSZKÁR 2016). Ha egy autós az alábbi feltételek közül akár egynek is megfelel, üzleti tevékenységet végez a platformon: ötnél több szabad (ülő)hely meghirdetése, 18 Ft/km-nél magasabb útdíj, párhuzamosan több út meghirdetése, 40-nél több utas fuvarozása havonta vagy egy napon ugyanannak a viszonylatnak a többszöri meghirdetése. Ebből kirajzolódik, hogy bár a sofőrök szabadon határozhatják meg a fuvar árát, de a rendszerben beépített fékek (például: útdíj limit) nem ad lehetőséget arra, hogy a klasszikus telekocsizók profitszerzés céljából induljanak útnak. Az üzleti sofőröknek plusz kötelezettségeknek kell eleget tenniük, melyet maga a platform ellenőriz, illetve az illetékes hatóságok (NAV, Közlekedési Hatóság). Ez adózási kötelezettséget, illetve műszaki és vezetői engedélyeket foglal magában, melyet a személyfuvarozással kapcsolatban egy 2015-ös, majd később módosított kormányrendelet szabályoz (KORMÁNYRENDELET 2016) – ez kifejezetten az egykor Magyarországon is működő Uber (korlátozása) hatására készült.

Pécs - Budapest telekocsi út részletei

A hirdető: NonGo Travel

Besorolás: Profi (2 éve Oszkározik)

Értékelések: (5)
14263 visszajelzés alapján

Kényelem: (4.9)

Printecseár: (4.9)

Shabab hely: 5 / 6

Gépjármű: Fiat Talento, 2020

Szín: fehér

Kapacitás: 8 hely

Rendszám: Bejelentkezés után

Az utazásról:

Szabálytalanság jelentése >

Az utazás díja: **4950 Ft / fő**

Helyfoglalás, kapcsolatfelvétel >

Időpont, útvonal

2021. január 29, Péntek

12:00 Pécs
Centrum parkoló (taxis blokk mögött): <https://goo.gl/maps/tz82...>

12:35 Bonyhád
Lidl előtti Oil kút: <https://goo.gl/maps/BzhM...>

Utások

Egyéb információk

Beszállítás - kiszállás helye: Helyfoglalás után egyeztetendő

Megjegyzés: Beszállás - kiszállás helye: Helyfoglalás után egyeztetendő

Megjegyzés: A transzfer mindenképp indul, az utasok számától függetlenül

HÁZTÓL-HÁZIG szolgáltatás!

14. ábra Egy telekocsi hirdetés nyilvános profilja (üzleti sofőr)

Forrás: OSZKÁR.com

Az interjúk azt támasztják alá, hogy az utasok figyelembe veszik, hogy a hirdetésben üzleti vagy magánszofőr szerepel. Közülük inkább előbbieket preferálják, mert ott egy

tömegközlekedéshez hasonló típusú szolgáltatást vehetnek igénybe, szemben a magánszemélyek kínálta utazással. Előbbi sofőröknél példaként számlát tudnak kérni, nagyobb eséllyel fizethetnek bankkártyával és a kisbuszok révén az utazást is a nem hivatalos autósokhoz képest kényelmesebb eszközökkel vehetik igénybe. Mindez arra utal, hogy az egykor informálisan, közösségi médiában (IWIW) szerveződő telekocsizás egy olyan evolúción ment keresztül, mely során mára egy hivatalos és nem hivatalos sofőröket a kereslettel összekötő felületként szolgál, ahol a magánfuvarozó cégek, vállalkozók is jelen vannak, akik szervezettsége közelebb áll a for-profit személyszállításhoz, mint a megosztáson alapuló gazdaság platformjait a kezdeti időszakban jellemezhető altruista, alulról szerveződő kezdeményezés.

„Azokon, akiken láttam, hogy rendszeresen teszik meg ugyanazt a távolságot, azokat preferáltam inkább. Tehát akik már üzletszerűleg csinálták ezt az oszkározást. Én inkább őket választottam. Nekem, hogyha szervezetteb, valamiért azt feltételezem, hogy gyakorlatilag az összes problémával találkoztak már...”

(férfi, pécsi lakos, több mint 10 alkalommal telekocsizott)

A telekocsi-rendszerben található még egy érdekes jelenség az üzleti tevékenységgel ellentétes irányú úgynevezett szívességi fuvar kategória, mely alapján az oldalon lehetőség van jelképes, 1 Ft-os díjjal meghirdetni utat, melyhez a platform engedélye szükséges. Ez a régi, szívességi, főleg stoppoláshoz kötődő utazási forma egyik online megfelelője, mely a legközelebb áll a megosztáson alapuló gazdaság idealisztikus, altruista-alapú megközelítéséhez.

















































Összességében elmondható, hogy más platformokkal ellentétben az OSZKÁR honlapján hangsúlyosan kettéválik a tisztán üzleti, illetve a költségmegosztás céljából végzett tevékenység, mely az oldal kommunikációjában is megjelenik. A platformon jelen lévő magánszemélyek/üzleti sofőrök aránya nem nyilvános, de az utazások gyakorisága miatt az utóbbi csoport értelemszerűen aktívabb az oldalon, a meghirdetett útjaik száma jóval magasabb. Mindezekből következik még, hogy a sofőrök, mint szolgáltatást nyújtó csoport sem tekinthető homogén kategóriának, hiszen a felhasználók között további alcsoportok is azonosíthatók.

3. Szolgáltatás-elemek: kötelező és plusz elemek, sokszínűség

A szolgáltatás az OSZKÁR esetén a meghirdetett utakat jelöli, melyek mind az előbb említett alkalmoszerű, illetve rendszeres, professzionális személyfuvarozást is magukban foglalják. Ezen kívül a telekocsizás során két nagy csoportot lehet elkülöníteni a szolgáltatásokhoz

kapcsolódóan. Egyrészt olyan kötelező, egységes elemeket, melyeket minden hirdetés tartalmaz (ilyen például a ki- és beszállóhelyek megadása, férőhelyek száma, elérhetőségek a későbbi telefonos/e-mailes egyeztetéshez), illetve plusz szolgáltatásokat, melyek az utazások egy részénél elérhetők (például: wifi, gyerekülés, online fizetési lehetőség, csomagszállítás, kisállat-fuvarozás). A szolgáltatás-elemek tulajdonképpen fontos részei a platform egészének, bár az utazás a rendszeren keresztül valósul meg, ám a telekocsizás és az utazás élménye mégis a sofőrök által biztosított út kényelmén, színvonalán és pontosságán múlik. Az üzleti sofőrök esetén helytálló a kijelentés, miszerint a platform-tevékenység vállalkozás a vállalkozáson belül, ahol a szervezetnek az összekötés, a szolgáltató oldalon szereplőnek pedig a szolgáltatás biztosítása a szerepköre. A hagyományos vállalatokhoz képest itt elválik tehát a marketing, a kereslet elérése, az utas pedig nem közvetlenül egy sofőrt keres meg, hanem elsőként a platformra regisztrál, majd onnan választja ki az utat. Itt ugyancsak találkozhatunk a sokszínűséggel, hiszen más közlekedési módokhoz képest az utas számára széles a választék: dönthet mind az utazás időpontját, a gépjármű típusát, az útdíjat és az igénybe vehető szolgáltatásokat illetően is. Az OSZKÁR-nál például figyelembe vehet különböző márkákat (jelenleg Suzukitól a Tesláig széles a kínálat), férőhelyet (az üzleti sofőrök nagyobb kapacitású járművei vagy kisebb, néhány férőhelyes személygépjárművek) és még számos egyéb szempontot. A platformokon jelenlévő sokszínűség egyik hátránya, hogy a rendszeres felhasználó sem tudhatja, hogy a következő alkalommal milyen színvonalú szolgáltatásban lesz része. A platformok használatára jellemző ez a fajta bizonytalanság, mely különbözik a hagyományos szolgáltatásoktól. Összehasonlítva a telekocsi-platformot a közösségi közlekedéssel, megállapítható, hogy ott is vannak az egységes arculat, fix menetrend és gépjárművek ellenére ilyen bizonytalanságot jelentő faktorok (például eltérő a buszvezetők személye), de a platformok esetén ez a változatosság jóval erőteljesebb, hiszen kiterjed a szolgáltatás egyéb aspektusaira is.

2021. január 29, Péntek

13:00	Pécs - Budapest (3 megálló) 15:50-ig     	4950 Ft-tól 7 hely	 BusTravel-HU ★ (4.9)
14:00	Pécs - Nagykanizsa 16:10 	2100 Ft 1 hely	 fireblade1988 ★ (0)
14:00	Pécs - Budapest (3 megálló) 16:55-ig     	3500 Ft-tól 3 hely	 ViA-Travel ★ (5)
14:30	Pécs - Budapest (3 megálló) 17:30-ig        	4950 Ft-tól 4 hely	 Travel4you ★ (5)
14:30	Pécs - Budapest 17:00     	3200 Ft 5 hely	 TuryPeter ★ (4.6)
15:00	Pécs - Wels 00:00     	74 € 1 hely	 Kell1Fuvar ★ (4.8)
15:00	Pécs - Bad Ischl 00:30     	84 € 1 hely	 Kell1Fuvar ★ (4.8)
15:00	Pécs - Braunau Am Inn 01:00     	84 € 1 hely	 Kell1Fuvar ★ (4.8)
15:00	Pécs - Ellmau 02:00     	116 € 1 hely	 Kell1Fuvar ★ (4.8)

15. ábra Hirdetés találatok pécsi indulás esetén (2021. január 29.)

Forrás: OSZKÁR.com

A közösségi közlekedés menetrendje szintén alkalmazkodik a szezonálitáshoz, melyet jól mutat példaként a helyközi buszközlekedés iskolakezdéshez igazodó, valamint a nyári tanszünetes menetrend közti eltérése elsősorban járatszámban megmutatkozó különbségei. Az OSZKÁR telekocsi-platform utazásai a busz- és vonatközlekedés alternatívájának tekinthető, hiszen hasonló, ahogy az eredmények alapján látható lesz, főként belföldi és települések közti utazásokhoz használják mindegyiket. Mindkét tömegközlekedési eszköz kínálatában megfigyelhető példaként a hétköznap-hétféje, illetve a téli-nyári időszakban megmutatkozó eltérések (MENETRENDEK.HU 2021, MAV-START.HU 2021).

Az OSZKÁR honlapvizsgálata során megfigyelhető, hogy egyes elemek gyakran megjelennek az utazásokat jellemző ikonok között. Ilyen az autópályán való utazás, a csomagszállítás vagy éppen az online fizetési lehetőség. Ehhez képest jóval kevesebb sofőrnél látható a teleföntöltési lehetőség, a kutyabarát, a kerékpárszállítást jelző vagy éppen a reptéri transzfert illusztráló ikon. Ezekből leszűrhető, hogy egyes utazások a közösségi közlekedéssel szemben nem csak árban, hanem kényelemben és a szolgáltatásban is alternatívát jelenthetnek. A másik megfigyelhető jelenség a hirdetések elemzése, hogy az autósoknál az alapszolgáltatás részeivé váltak olyan

elemek, melyek bár nem kötelezők, de az utasok kényelmét szolgálják. Összefoglalva tehát a platform szolgáltatásai a résztvevők okán sokszínűek, mely széles választási lehetőséget feltételez, azonban ugyanez a tényező hozzájárul a bizonytalansághoz, illetve a szolgáltatás eltérő színvonalában is megjelenik. A platform a meghatározott kötelező elemek segítségével törekszik a kiszámíthatóságra, mely az autósok hirdetéseiben is visszatükröződik. A változatosság előnyt is jelent, hiszen így egyéb plusz szolgáltatások is igénybe vehetők, melyekhez sokszor más típusú hagyományos szolgáltatásokat kellene használni (pl. csomagszállítás, reptéri transzfer). Az utashirdetések egyik kiemelkedő eleme, talán a legfontosabb tényező az ismeretlenek iránti bizalom, melyet a következő részben részletezek.

4. Bizalomépítés: szöveges értékelőrendszerek, visszajelzések

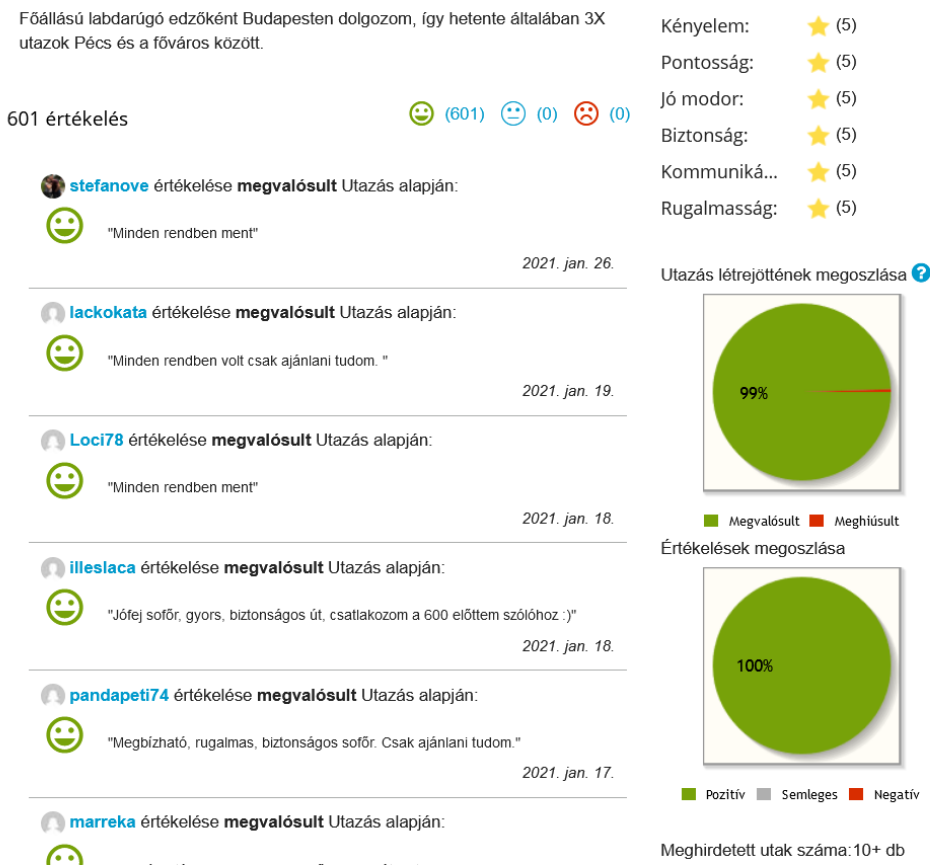
Az OSZKÁR – ahogyan más (telekocsi)platformok és a Web 2.0 egyéb felületei – értékelőrendszereket használ az elégedettség mérésére, a bizalom építésére és az információs aszimmetria csökkentésére. A bizalom a decentralizált peer-to-peer interakciók létrejöttének meghatározó vonása, elengedhetetlen feltétele, melyet az is mutat, hogy a megosztáson alapuló gazdaság egyik fő kutatója BOTSMAN, R. (2017) újabb könyvét már e téma (bizalom) köré építette fel. Kijelenthető, hogy az értékelések meghatározó tényezőként jelennek meg a platformok használatában, melyet empirikus vizsgálat is alátámaszt (MÖHLMANN, M. 2015). Mivel a platformok kizárólag a kereslet és kínálat összekötéséért vállalnak felelősséget, a tényleges tranzakciókért, jelen esetben a megvalósult utazásokért nem, ezért az értékelések fontos szerepet játszanak az utazás előtti döntésben a sofőrök és utasok oldaláról is. Az értékelőrendszerek közös vonásokkal rendelkeznek, de platformonként általában részleteiben különböznek, hiszen igazodnak az adott tevékenységhez (KAIMANN, D. 2020). DENG, C. – RAVICHANDRAN, T. (2017) munkájában megkülönbözteti a szöveges és vizuális alapú bizalomépítést a megosztáson alapuló gazdaság platformjainak szolgáltató oldalát tekintve, ami utal arra, hogy az online felületen komplex tényezők játszanak szerepet annak kiépítésében. Az értékelőrendszerek transzparenciája nem csupán az ismeretlenek egymás felé irányuló bizalmát építheti, de a platform iránti elköteleződésben is fontos szerepet játszik. Az OSZKÁR esetén a rendszer, ahogy ezt honlapon is szerepel, hosszú évek finomhangolása után nyerte el mai formáját, melyhez részben a felhasználók egyedi visszajelzéseire, a fórumokban leírt, felmerülő problémákra alapoztak. A platformok többsége igyekszik a résztvevők számára elérhetőnek mutatkozni, de sok globális méretűvé nőtt szervezet esetén az ügyfélszolgálat, az offline interakciók során felmerülő esetleges problémákat kapacitás, illetve motiváció hiányában nem

tudja kezelni. Az OSZKÁR felületeit vizsgálva (fórum, blog) kirajzolódik, hogy a platform készítői rendkívül aktívak, gyorsan visszajeleznek és a felmerülő konfliktusokat kivizsgálják. Ez a fajta felhasználóközpontúság és transzparencia többek között szerepet játszhat abban, hogy a platform hazai viszonylatban kiemelkedő népszerűségnek örvend és maga mögé utasított olyan nemzetközi telekocsi céget, mely a régióban piacvezető (Blablacar). A megosztáson alapuló szervezetek értékelőrendszereinek, ahogy például több kutatás is rámutatott (SLEE, T. 2017; ZERVAS, G. – PROSERPIO, D. – BYERS, J. 2015), ugyanakkor korlátjai is vannak. Könyvében SLEE, T. (2017) példaként azt mutatta be, hogy a felhasználók felülértékeltek (csillagoztak) olyan tranzakciókat is, melyekkel nem voltak elégedettek, illetve általános ezeken a platformokon döntően pozitív értékelések jelennek meg. Szintén megfigyelhető, hogy a korábban regisztrált tagok előnyben vannak a később csatlakozókkal szemben, hiszen velük kapcsolatban sok információ (értékelés) érhető el, míg a frissen belépők ördögi körbe kerülhetnek: addig nem tudnak új utakat, ezáltal értékeléseket szerezni, amíg egy utas nem kockáztat és választ olyan autóst, akiről nem érhető el előzetes értékelések. Ezt az alábbi interjúrészlet is alátámasztja:

„Azt [a sofőrt] keresem, akinek sok értékelése van. Tehát nem elég az, hogy öt csillagos az értékelése, hanem hogy sok legyen. Ha a sokból az átlag 4,4 az még belefér, de ha van egy darab értékelése és az 5 csillag, nem érdekel.”

(férfi, pécsi lakos, több mint 10 alkalommal telekocsizott)

Az OSZKÁR felületén a sofőr profilján megadhat magáról és autójáról fényképet, kötelező megadni a gépjármű típusát, az utazások számát. A telekocsizással kapcsolatos magyarországi felmérés eredménye azt mutatja, hogy az olyan tényezők, mint az utas neve is meghatározhatja a választásokat, vagyis ezeken a platformokon is megfigyelhető a diszkrimináció (SIMONOVITS B. ET AL 2018; FARAJALLAH, M. ET AL 2019). A vizsgált platformnál kétfajta, mind szöveges mind pontozásos értékelőrendszer ad információt a sofőrrel és utasról.



16. ábra Értékeléstípusok a platformon egy sofőr nyilvános profilján

Forrás: OSZKÁR.com

Előbbi esetén 1–5 közötti érték adható összesen hat kategóriában: kényelem, pontosság, jó modor, biztonság, kommunikáció és rugalmasság, melyek a jobb felső sarokban vannak elhelyezve. A számok mellett az is szerepel, hogy összesen hány visszajelzésből áll össze az adott érték, vagyis a felhasználó megismerheti a sofőr tapasztaltságát is. Az értékelések komoly tétellel bírnak, hiszen az oldal alacsony pontok esetén szankcionálhat (a telekocsi-platform figyelőlistára teheti az autóst) vagy akár ki is zárhatja a felhasználót, így ezeknél a szervezeteknél a résztvevők körében egy erős értékelés-függés alakul ki. A platformokon ennek egyik természetes következménye a bosszúból lehúzott értékelés, melyet igyekeznek kivédeni a készítőik. Az OSZKÁR esetén ez azt jelenti, hogy az utazás után a másik félre leadott értékelés nem látszik azonnal az értékelt adatlapján, csak egy bizonyos idő után (három nap) jelenik meg, illetve abban az esetben, ha a másik fél is viszont-értékelte. Ezzel kiküszöbölik azt, hogy a tranzakció után elégedetlen fél alacsony pontszámokat adva „bosszút” váltson ki a másik félben, amely akár saját értékelését is negatívan torzíthatja. A platformokon található értékelések, akár más felületekről származó személyes információk adatvédelmi kérdéseket is

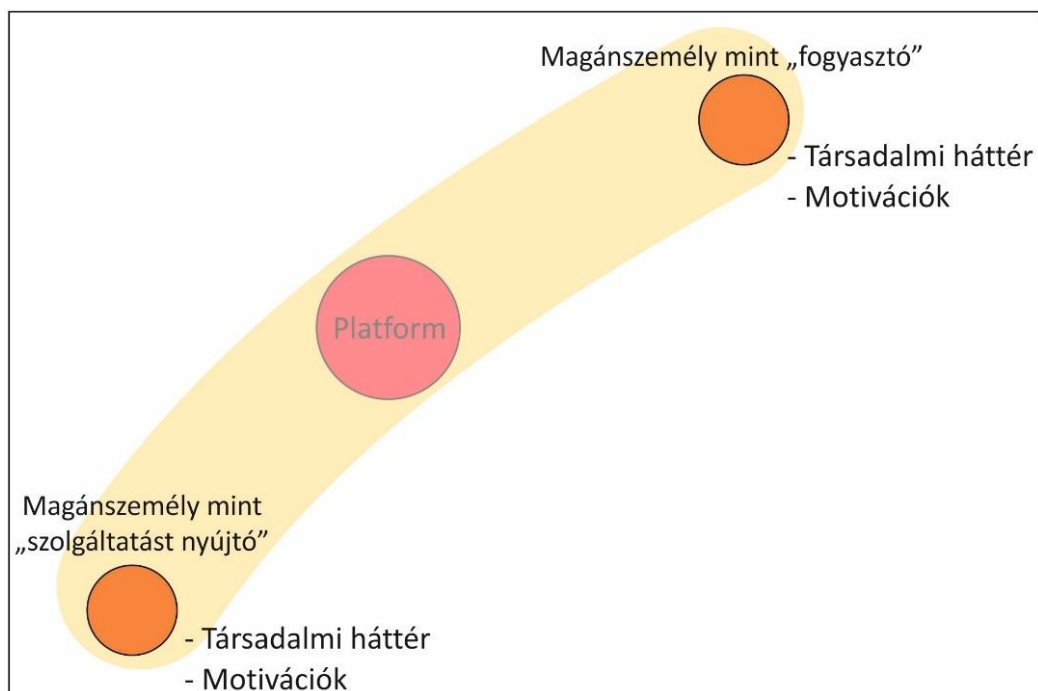
felvetnek. Emellett az olyan komplex és nehezen konceptualizálható fogalmat, mint a bizalmat néhány dimenzió mentén kiválasztott tényezők nehezen tudják megragadni, vagyis a rendszerben még bőven van fejlesztési lehetőség. Látható, hogy a szöveges értékelésnél gyakori a „minden rendben ment” sablonválasz, vagyis nem tölti be eredeti funkcióját, miszerint a korábbi utazásokra építve az utas ismereteket szerezhethet a sofőrrel. A leadott értékelések nagy része, ahogy példaként az ábrán is látható, szinte 100%-a pozitív.

5. Platform-profit: tranzakciós és egyéb díjak

A platformok összekötő szervezetek révén bevételüket elsősorban (a regisztrációs díj mellett) a megvalósuló tranzakciók utáni részesedésből szerzik. Csakúgy, mint európai vetélytársánál (SHAHEEN, S. ET AL. 2017) az OSZKÁR esetén is megfigyelhető ez a jelenség. Ez az OSZKÁR esetén minden létrejött utazást követően az útiköltség 5-10%-a, melyet az utas fizet meg foglalási díj formájában és az autós köteles azt a platform, vagyis a szolgáltató felé továbbítani (500 Ft alatti útiköltség esetén nincs foglalási díj). Összehasonlításként az arány a Blablacar esetén 7,9 és 12,5%. Amennyiben az autós nem ad meg a hirdetésben útiköltség hozzájárulást, akkor a foglalási díj az út hosszúságának függvénye. A foglalási díj minden esetben beépül az utazás előtt meghirdetett árba, tehát az utas a teljes, általa fizetendő összegről kap információt a hirdetésben. Az autósok az utalás vagy készpénzes fizetés mellett lehetősége van a platformon saját kreditegyenleget feltölteni, melyből a szolgáltató maga vonja le az utazások után a foglalási díjat. Amennyiben az autós elmarad a foglalási díj rendezésével, a platform inaktív állapotba teszi hirdetéseit (OSZKÁR.COM/POLICY). Az online felület másik bevételi forrása az üzleti sofőrök csomagja. Mindezekből körvonalazódik, hogy a platformok érzékenyek a kereslet és a tranzakciós számának alakulására, csökkenés esetén profitjuk csökken. A honlapvizsgálatot követően kirajzolódik a vizsgált platform működése, a telekocsi-rendszer tehát egy olyan összekötő tevékenységet végez, ahol az útitársak előre meghatározott díj ellenében megosztják egymással szabad férőhelyeiket, melyhez meghatározott szabályoknak kell megfelelniük (belépési küszöb), sofőrként körül kell határolniuk tevékenységüket (üzleti sofőr csomag vásárlása), mely a két kategória (klasszikus és üzleti sofőr) esetén más-más kötelezettségeket jelent nem csak a platformon, de egyéb hazai szervek felé is. Mindezek mellett meg kell határozniuk az utazás során nyújtott szolgáltatásokat, illetve a platform felé foglalási díjat kell fizetniük a megvalósult utazások során. Mindkét fél köteles a tranzakció után értékelni útitársát, illetve lehetőség van a tranzakció offline térben történő problémáit visszajelezni az OSZKÁR számára.

5. 2. Az OSZKÁR platform felhasználóinak társadalmi háttere és a szolgáltatás igénybevételével összefüggésbe hozható motivációk

A platformon való részvétel a kérdőív kitöltői esetén a következőképpen alakul: a válaszadók többsége (62%) utasként, kisebb részük (22%) pedig sofőrként van jelen az OSZKÁR-on, illetve 16% állította, hogy mind a két szerepben használja a telekocsi-rendszert. A kis minta (N=425) alapján a számok nem tekinthetők reprezentatívnak, de ennek ellenére kijelenthető, hogy miként a platformok többségénél, itt is a kereslet-oldal dominál. Ez azt is jelenti, hogy a népszerű viszonylatok kedvező árat és magas színvonalat biztosító autói hamar betelnek, így a platformok olyan piacterek, ahol a magánszemélyek által biztosított szolgáltatás versenyt generál. Ehhez egy feltétel járul hozzá, még hozzá egyes kiugrások a keresleti oldalon, melyek jelentősen megnövelhetik az aktív utasok és sofőrök számát is. Ez a fluktuálódás ugyanakkor kiszolgáltatottá teszi a platformokat és különösen az ott lévő hivatásos sofőrök munkáját. Ahogy az eredmények, rugalmasság című részénél majd látható, ez mindkét: pozitív (kereslet-felfutás) és negatív (kereslet-hiány) esetén is megjelenik.



17. ábra A felhasználók részvételét meghatározó tényezők néhány példája

Szerk.: Bálint D.

A platformokon végzett munka – legyen az teljes állás vagy jövedelemkiegészítés – már eleve meghatározhatja a résztvevők nemi megoszlását. Ilyen példákat láthatunk az egyes, ház körüli munkákat a kereslettel összekötő platformoknál, ahol hangsúlyosan jelen vannak a női felhasználók és ugyancsak gender-specifikus platform munkának tekinthető a közlekedés is. Az

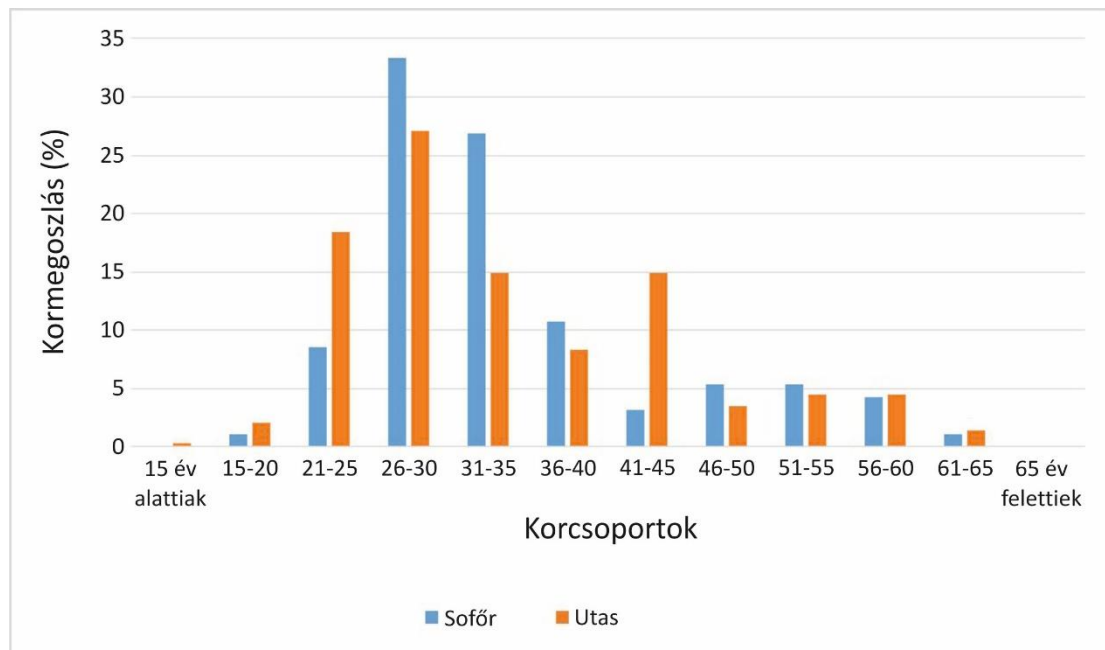
arányok nem csupán a munkához, de országokhoz és területekhez is köthetők, hiszen például azokban a társadalmakban, ahol a hagyományos nemi szerepek erőteljesebben vannak jelen, az a platform-munkában is megjelenik. Az említett különbség első ránézésre ugyanakkor az OSZKÁR esetén nem tükröződik vissza, hiszen az arány a nők javára billen el (54-46%) a minta szerint. Ennek oka egyrészt a nők nagyobb kitöltési hajlandósága másrészt az összesített eredmény, hiszen teljesen más képet kapunk, ha a két szerepkört (sofőr, utas) külön bontjuk. Ez esetben már jelentős eltérés tapasztalható: a sofőrök 84%-a férfi, vagyis a szolgáltató oldalon itt is igazolható ez a tendencia. Érdekes kérdés, hogy a másik esetben miért találunk jelentős különbséget (utasok: 70% nő, 30% férfi), mely szintén az adatok torzítására utalhat. Ehhez hozzájárulhat, hogy felmérések szerint a férfiakhoz képest a nők alacsonyabb arányban szereznek jogosítványt (FORSENSE 2017).

Vajon hasonló képet kapnánk, ha egy más típusú, mondjuk egy városi közlekedéshez kapcsolódó platform esetén? A nemzetközi tanulmányok közül ezt a kérdést egy németországi kutatás vizsgálta, amely a nemi szerepeket meghatározónak találta a városi, B2P autómegosztó alkalmazások használatában (Mobility Lab 2018). Itt jellemzően a nők az otthoni, háztartási ügyekhez, gyerekneveléshez kapcsolódó munkák miatt kevésbé vették igénybe ezt a szolgáltatást. Ezek az eltérések utalnak arra, hogy a közlekedésben működő platformok típusa, mely meghatározza például az utazás hosszát és annak célját, döntő szerepet játszik. Ebből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a közvetítő szervezetek esetén az elemzés, szabályozás oldaláról kiemelt jelentősége van az egyes platformok sajátosságainak és a tágabb kontextusnak.

A kérdőív alapján a kitöltők kora esetén az utasok és sofőrök kategóriájában is hasonló mintázatok figyelhetők meg, melyek több, egymással összefüggő okokra vezethetők vissza és két nagy csoportba sorolhatók. Az első a mobilitáshoz kötődik, míg a második általában a platformokhoz. A legtöbb felhasználót az utasok és sofőrök esetén is a 20-as éveik végén (26 és 30 év közötti) járó személyek teszik ki. A vizsgált platformnál a részvétel szorosan kapcsolódik a mobilitáshoz, vagyis azoknak a csoportoknak aránya magas a felhasználóbázisban, akik eleve többet utaznak (KSH). Az OSZKÁR hosszútávú, települések közötti szolgáltatás, vagyis jól meghatározható a kereslet-oldal. A fiatalabb, egyetemistákat adó korosztály jelenléte bár így is jelentős, ám a válaszok alapján elmarad az előbbi csoporttól, ami a később részletezett érzékenységgel hozható kapcsolatba. Az utasok esetén egy másik, bár jóval kisebb csúcs is megfigyelhető, a 40-45 éves csoport, akiket a kérdőív válasza alapján a nyugat-európai vendégmunkások adnak. A mobilitás mellett szerepet játszanak a mintázatban

a technológiákhoz kapcsolódó szokások is. A mintázat alapján a platformon az alábbi csoportokat lehet azonosítani:

- 1) Fiatal felnőtt utas – 20-as éveik végén, 30-as éveik elején járó mobilis réteg
- 2) Fiatal felnőtt sofőr – 20-as éveik végén, 30-as éveik elején járó mobilis réteg
- 3) Felnőtt utas – 40-es éveik elején járó, főként munka céljából utazó csoport



18. ábra A platformokon résztvevők korcsoport szerinti megoszlása a kérdőív adatai alapján

Szerk.: Bálint D.

A megosztáson alapuló gazdaság platformja a kezdeti időszakban egy alapvetően új típusú modellt, innovációt jelentett, melyhez a korábban felsorolt feltételek (pl. nyitottság, kihasználatlan kapacitás megléte stb.) okán felülreprezentáltak a felsőfokú iskolai végzettséggel rendelkezők. Ez a trend az OSZKÁR felhasználóinak körében megosztott kérdőív adataiból is visszatükröződik. Míg a legmagasabb iskolai végzettséggel rendelkezők aránya Magyarországon a 2011-es népszámlálás adatai alapján 14%, addig az öt évvel későbbi felmérés azt mutatta, hogy ez az arány az oszkározók körében eléri az 58%-ot. Ahogy az előző, a felhasználók kormegoszlását bemutató ábrán látszik, a platform elsősorban a 20-as és 30-as korosztály körében népszerű, akik között a felsőfokú végzettségűek aránya hagyományosan magasabb, mint az idősebb korosztályban. Ez a trend azonban más telekocsiplatform, példaként a Blablacar vizsgálatokor is megfigyelhető: egy franciaországi mintában ugyancsak felülreprezentáltak a felhasználók között a felsőfokú végzettséggel rendelkezők (az elemzés szerint a feldolgozott, közel 600 fős mintában a válaszadók 72%-ának rendelkezett felsőfokú végzettséggel szemben a 30%-os franciaországi átlaggal). (SHAHEEN ET AL. 2017)

Mindezek alapján tehát a telekocsizásban résztvevők fiatalabbak és képzettebbek, mely megegyezik más megosztáson alapuló modellben működő platform (Blablacar) eredményeivel.

A kérdőív az autósok oldaláról kérdezett rá az utazások motivációjára egy nyitott kérdéssel keresztül. A válaszok alapján a telekocsizásban való részvétel sofőrként komplex okokra vezethető vissza. Az említések között egy tényező, a költségmegosztás emelkedik ki. A 132 válaszból összesen 115-en említették fő szempontként a költségmegosztást, vagyis az anyagi megfontolást. Az érzékenység, ahogy példaként egy friss összefoglaló tanulmány is rámutat (HOSSAIN, M. 2020) fontos szerepet játszik a megosztáson alapuló gazdaság platformjainak használata esetén.

„Diákként kényelmesebb az autós utazás, de nem engedhettem meg magamnak, hogy egyedül menjek. Így kerestem egy alternatívát, hogy autóval (főleg sofőrként) tudjak utazni, de mégsem én viseljem a teljes anyagi vonzatát.”

(25 éves férfi, Győrújbarát, tanuló)

A válaszokban ugyanakkor a pénzügyi szempontokon felül, azzal sokszor párhuzamosan más tényezők is megjelennek, vagyis a telekocsiplatform népszerűsége több okra vezethető vissza. Ilyen például a tömegközlekedéshez képest megfigyelhető alacsonyabb utaslétszám, az idő, főleg olyan esetekben, amikor más közlekedési mód részlegesen elérhető, illetve ritkább esetben fenntarthatósági szempontok.

„Költséghatékonyság, környezeti hatások, kényelem. Nem szeretek tömeggel utazni, így viszont megtehetem, hogy gyorsabban és kényelmesebben utazzak, kevesebb pénzért. Környezeti szempontból is jobb, ha nem csak én vagyok az autóban.”

(32 éves nő, Paks, alkalmazott)

„Gyorsabb volt az OSZKÁR a vonalnál és ezért feláldoztam egy kis kényelmet. A vonat azért kényelmesebb: ki tud az ember menni mosdóba, fel tud kelni, ki tudja nyújtóztatni a lábát. Nem függsz másoktól, ez a fajta szabadságérzés, amiből alább adtam, amikor telekocsiztam.”

(39 éves férfi, Pécs, alkalmazott)

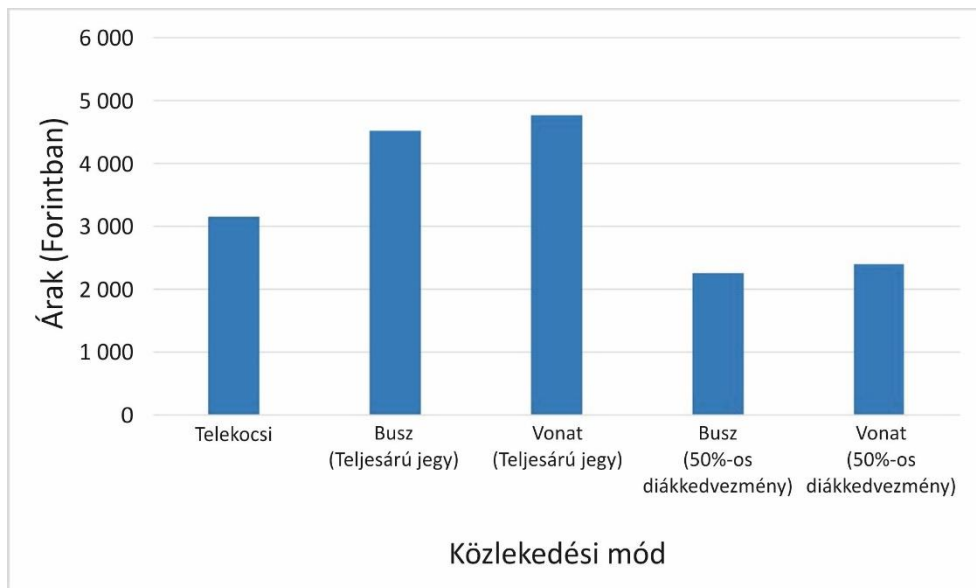
Egy másik érdekes, bár a válaszok alapján kis létszámú csoportot (2-3 válasz) tesznek ki azok az utasok, akik a telekocsizás internet-előtti változatait, azon belül is a stoppolást rendszeresen

használták. A megfogalmazás alapján kirajzolódik, hogy ők nem csak az OSZKÁR platformot, de egyéb internet által szerveződő telekocsi-utazásra is nyitottabbak.

„Gyerekoromban nagyon sokat utaztam főként Románia és Magyarország között, mint stoppos, így egyértelmű volt, hogy ha kocsim lesz, és van rá lehetőségem akkor megosztom a fennmaradó helyeket akár az útszélén álló stopposok számára, akár egy telekocsi rendszeren keresztül, akár fb csoportban. Aki stoppolt már (erős napsütésben, szakadó esőben, hóviharban stb.), az tudja, hogy milyen érzés az, sokáig nem veszik fel... azt akarom, hogy ezt az érzést egyre kevesebb ember élje át, és ennek köszönhetően egyre többen legyenek nyitottak a telekocsi használatára.”
(27 éves férfi, Budapest, alkalmazott)

Az OSZKÁR esetén is megfigyelhető az, ahogy más kutatás is rámutat (HELLWIG, K. ET AL 2015), a megosztáson alapuló platform esetén a fogyasztói oldal nem homogén, különböző csoportok jelennek meg a felületen, vagyis nem csak maguk a szervezetek között, de azokon belül is sokszínű a felhasználók köre és eltérhet motivációja is.

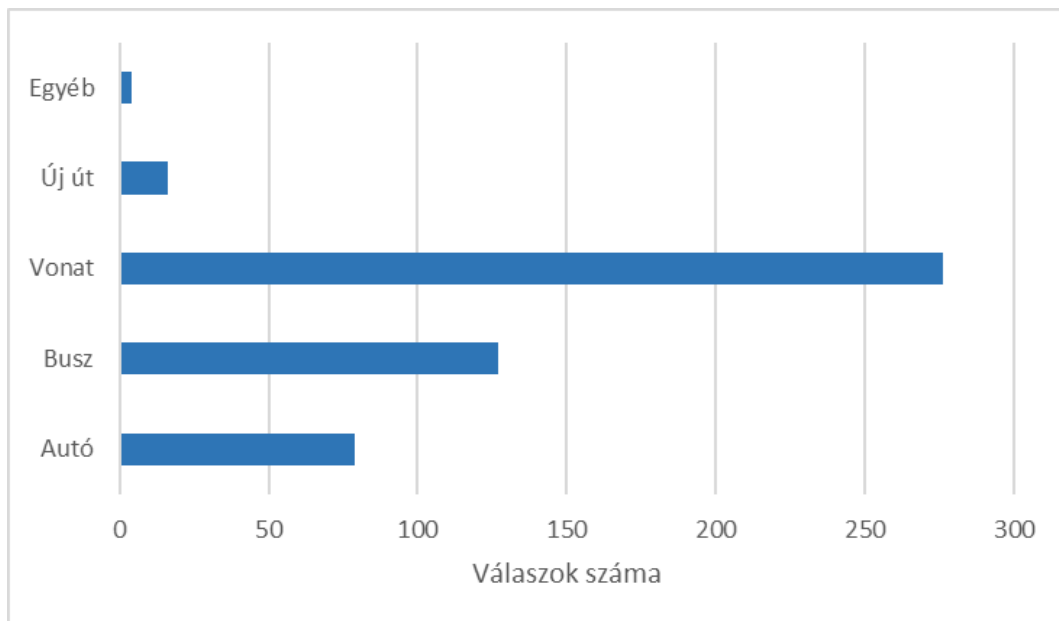
Az árérzékenység szerepét nem csak a mintában szereplő kitöltők, de maguk az OSZKÁR platformon megvalósult utazások is megerősítik. Egy nyári időpontban az 50 legnépszerűbb viszonylat meghirdetett árai alapján összehasonlítottam a közösségi közlekedés fix, megegyező időpontban nyilvánosan elérhető adataival (VOLÁN, MÁV 2015). A viszonylatok árainak átlaga és ugyanazon viszonylatok busz- és vonatjegyárainak átlaga eltérést mutat. A különbségek az alábbi ábrán rajzolódhatnak ki (19. ábra), ahol megfigyelhető, hogy a teljesárú jegyeket tekintve az OSZKÁR a legolcsóbb közlekedési mód volt a vizsgált időszakban a vonathoz és a buszhoz képest. Míg a platformon átlagosan 3000 Ft között volt a meghirdetett utak átlaga, ugyanezen viszonylatok esetén a busz 4500 Ft, míg a vonat 4700 Ft árszinten szerepelt a kínálati oldalon. Másrészt ugyanakkor, ha a kedvezményes jegyekkel vetjük össze, látható a differencia. Ebben az esetben az OSZKÁR a legdrágább közlekedési mód. Az előző, korcsoportok megoszlását bemutató ábra pedig szintén visszatükrözi azt, hogy a platform elsősorban a fiatal dolgozók körében, a 20-as évek végén és a 30-as évek elején igen népszerű.



19. ábra A telekocsi és a közösségi közlekedés árainak összehasonlítása

Szerk.: Bálint D.

A kérdőív alapján a kitöltők elsősorban erről a két közlekedési módról tértek át az OSZKÁR-ra. A telekocsizás a kérdőív adatai alapján kis számban generál új utazást (a válaszadók 4,8%-a), vagyis az utasok nem azért utaznak, mert telekocsizhatnak, hanem azért telekocsiznak, mert utazniuk kell. Ez a komplementaritás alapvető jellemvonása a megosztáson alapuló gazdaság platformjainak, az elszívó hatás ugyancsak megjelenik például az Airbnb esetén (ZERVAS, G. – PROSERPIO, D. – BYERS, J. 2015). Természetesen a motivációk nem vezethetők vissza kizárólag egy tényezőre, a fenntarthatósági, közösségi szempontok szintén szerepet játszhatnak, mely aspektusokra azonban részletesebben jelen vizsgálatban nem koncentráltam. Itthon a hazai telekocsizókat a részvétel motiváció alapján LENGYEL L. (2017) csoportosította, melyben ugyancsak az érzékenységet emelte ki.

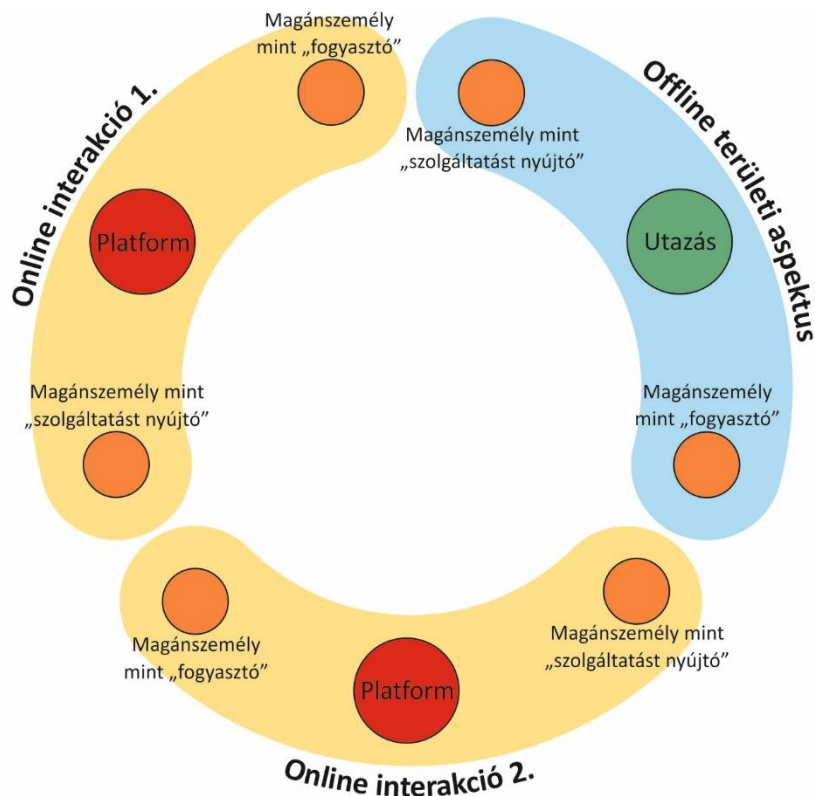


20. ábra Az OSZKÁR utasainak előző közlekedési eszközei a telekocsizás viszonylatain (1. kérdőív alapján)

Szerk.: Bálint D.

5. 3. Offline, területi aspektus

Az előzőekben bemutatam tehát a vizsgált platform általános vonásait, a telekocsizás legfontosabb elemeit a kiválasztott öt szempont alapján. Ahogy az alábbi ábra is illusztrálja, az eredmények első, bevezető részében magára az online interakcióra fókuszáltam, amely megelőzi az utazást (Online interakció 1.), illetve a megvalósult tranzakciót követő ismételt, digitális felületen történő interakciót jelenti (Online interakció 2.). Utóbbit már nem a kapcsolatfelvétel, hanem az utazás értékelése határozza meg. A kettő között kap helyet a valamilyen kihasználatlan kapacitáshoz hozzáférést biztosító, megosztáson alapuló gazdaság modellje alapján működő platform esetén az offline területi aspektus. Ahogy az első fejezetben szereplő, a földrajzi vonatkozásokat bemutató ábrán látható volt, ezek a platformok általában ideiglenesen a fizikai terekben történő, térbeli interakciót vonnak maguk után. Az ábrán ezt a kék színnel jelölt körszelet (Offline területi aspektus) reprezentálja. A fejezet további részében erre a körszeletre koncentrálok és elemzem az OSZKÁR viszonylatainak földrajzi mintázatait.



21. ábra A közvetítő platformok tranzakcióinak online és offline terekben történő megjelenése

Szerk.: Bálint D.

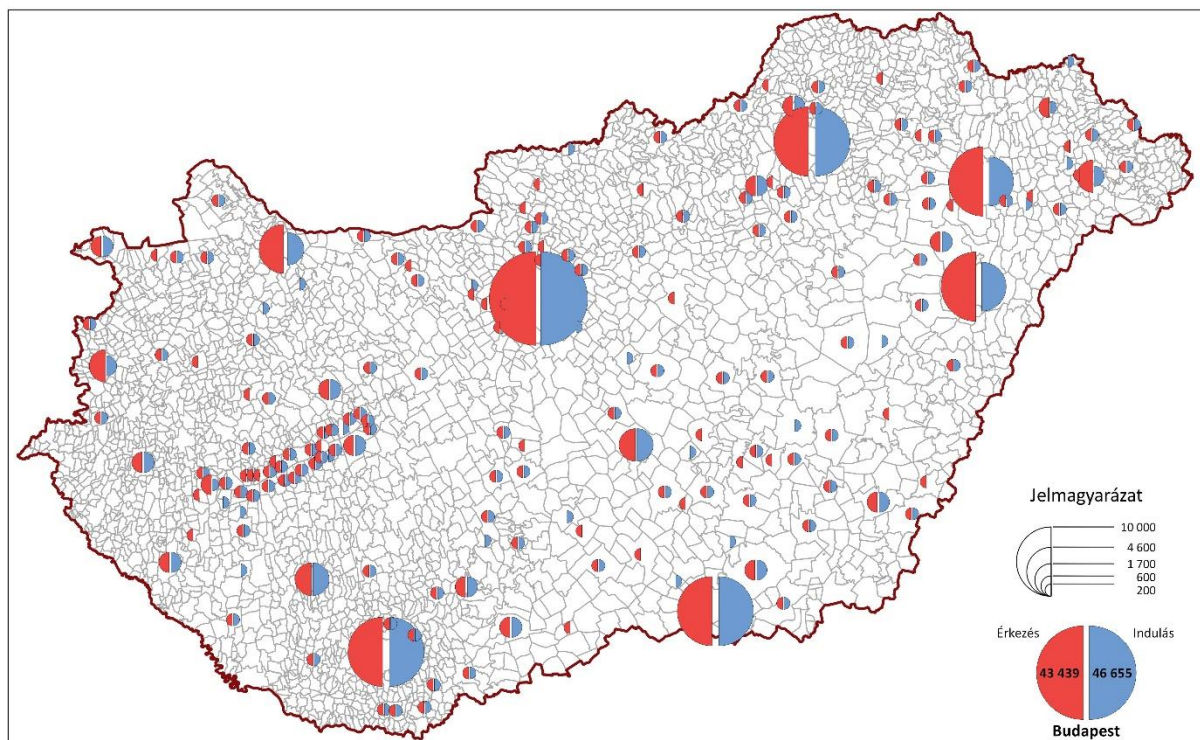
5. 3. 1. A platform-utazások területi mintázatai országos szinten

Az összes megvalósult telekocsi utazás (2017 szeptember) belföldi, magyarországi viszonylatait elemezve látható, hogy az ország unipoláris településstruktúrájának (Budapest vízfej jellege) és úthálózatának (monocentrikus) sajátosságai mind az érkezések, mint az indulások abszolút számának tekintetében visszatükröződnek a telekocsi utasszámokat megjelenítő térképen (22. ábra). A fővárost követően a tőle legalább 50 km-re fekvő települések, azon belül is a regionális központok (Pécs, Szeged, Miskolc, Debrecen) számai emelkednek ki. Az utasszám kiugrásai tehát a népesség területi koncentrációihoz kötődnek, ahogy ez a megosztáson alapuló gazdaság platformjai esetén közös vonásként általában is kirajzolódik (BOTMAN, R. – ROGERS, R. 2010).

A hazai településrendszer területi különbségei, a Dunántúl, valamint az alföldi régiók eltérő jellegű településhálózata (egykori, nagyhatárú mezővárosok öröksége, valamint a Dunántúl egyes részeinek városhiányos, rurális területei) nem vonja magával a nyugati országrészek induló/érkező állomásainak nagyobb telekocsi koncentrációját. Az említett települések elszigetelt, kedvezőtlen helyzete a tömegközlekedés lehetőségeinek tekintetében ösztönözhetné az alternatív közlekedési módok elterjedését. Ezzel ellentétes tényezők ugyanakkor, példaként a hiányzó kritikus tömeg, valamint az ismertségen alapuló autómegosztás preferálása azt

eredményezi, hogy a közlekedési platform használata csak elszórtan jelenik meg (például Somogy vagy Zala megyében).

A sűrűbb településhálózat, bár a viszonylatok számának növekedését generálhatná, de az alacsonyabb lakosságú települések miatt mégsem jelenik meg az OSZKÁR platformján megjelenő utazások ülőhelyszámaiban. A jelenlegi 3155 település (KSH 2021) közül a szeptemberi összesített adatok alapján 186 jelenik meg a tranzakciókban, vagyis a hazai települések mindössze 5%-a. Ez ugyancsak az előbbi, népességkoncentrációhoz kapcsolódó megállapítást támasztja alá. Az OSZKÁR-on zajló interakciók tehát, ahogyan más megosztáson alapuló, online térben megjelenő platform az offline, fizikai térben kirajzolódó mintázatot (népességkoncentrációk, településhálózat) alapjaiban követi, vagyis kölcsönös egymásra hatásuknak köszönhetően egyik oldal vizsgálata sem lehet teljes a másik elem nélkül.



22. ábra Egy hónap összesített telekocsi utazásainak viszonylatai abszolút számban (2017 szeptember)

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

Az abszolút számok mellett érdemes megvizsgálni a lefoglalt ülőhelyek értékeinek és a résztvevő városok településhierarchiában elfoglalt helyzetének kapcsolatát. Magyarország esetén a Budapest-központúság jelentőségét a Zipf törvényeként (ZIPF, G. K. 1949) is ismert sorrend-nagyság szabály támasztja alá. Az úgynevezett Pareto-eloszlást követő szabály értelmében a népességszám alapján felállított rangsorban elfoglalt helyezés és az adott település lakosságának szorzata a legnagyobb település népességével egyenlő (PIRISI G. 2012).

Természetesen ez a törvényszerűség a valóságban egyik ország esetén sem valósul meg teljes mértékben, ám az eltérések indikátorként szolgálhatnak az adott településstruktúra vizsgálatához. Az alábbi táblázat tartalmazza a szabály értelmében számított ideális eloszlást Magyarország esetében. A tényleges népességszámmal összehasonlítva a harmadik oszlopban látható, hogy a Budapestet követő városok népessége nem követi az elvi eloszlást, vagyis a hazai hierarchiában jelentős egyensúlytalanság rajzolódik ki, mely a főváros hétköznapokban is jól érzékelhető gazdasági-kulturális dominanciájához vezet. A mai közlekedési hálózat formálását jórészt történelmi okokra vezethető vissza, hiszen a trianoni határváltozások értelmében az fejlettebb regionális központok (pl. Kassa, Kolozsvár) ma mind a szomszédos államok területén fekszenek.

8. táblázat Zipf törvénye alapján számított lakosságszám és a tényleges magyarországi lakosságszám

Szerk.: Bálint D. (Adatok forrása: teir.hu)

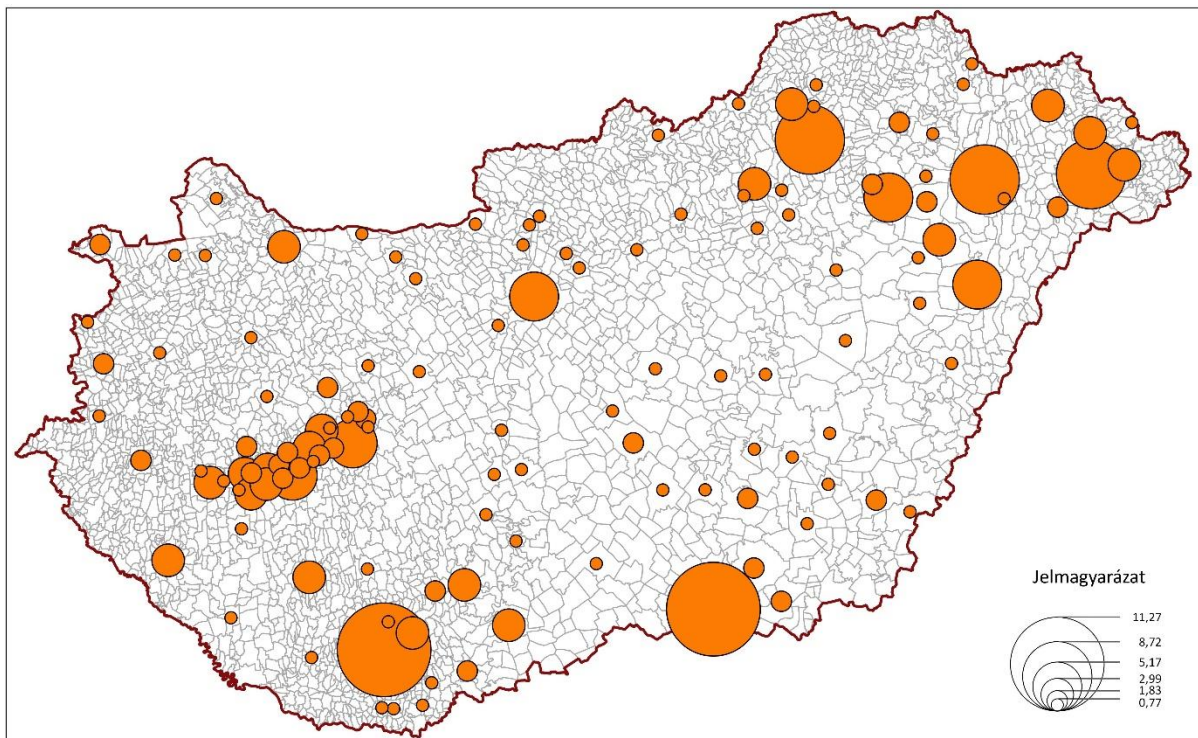
Rangsor	Népességszám (Zipf törvénye alapján)	Valós népességszám Magyarországon (2019)	Telekocsi lefoglalt ülöhely (2017 szeptember – érkezés, indulás)	Település
1.	1 729 040	1 750 216	88 094	Budapest
2.	864 520	201 112	9179	Debrecen
3.	576 340	160 258	18 676	Szeged
4.	432 260	152 901	14 148	Miskolc
5.	345 808	141 843	14 576	Pécs

A telekocsi-utasszám esetén megfigyelhető, hogy a különbség Budapest és Debrecen lefoglalt ülőhelyeit leszámítva majdnem tízszeres, vagyis az ülőhelyek nem csak követik, de meg is haladják a lakosságszám eltéréseit, azonban a Debrecen utáni, 160 000 fő körüli települések esetén már a telekocsi számot tekintve kisebb a differencia, csökken a főváros dominanciája. A táblázat tehát rámutat arra, hogy az erős centralizáltság ellenére az OSZKÁR forgalmában nem kizárólagos a népességszám, vagyis szükséges megvizsgálni a lakosságszámhoz arányosított népszerűséget is. Előtte azonban még az érkezések és indulások abszolút számait összehasonlítva látható, bizonyos települések esetén érkezési többlet figyelhető meg, vagyis nagyobb számban utaznak az adott településre, mint ahányan telekocsival azt elhagyják. Ehhez az egyenlőtlenséghez az alacsonyabb kereslet, leginkább az induló települések lakosainak platform-használata járul hozzá, mely részben közlekedésföldrajzi okokra vezethető vissza.

Látható példaként, hogy az autópálya és a szolgáltatások (sűrű járatszám) Győr esetén alacsonyabb indulásszámot eredményeznek az érkezésekhez viszonyítva, vagyis az utazók számára egyéb közlekedési mód is előnyös alternatíva lehet a platformmal szemben – így alacsonyabb motivációkkal rendelkezhetnek annak használatában. Ez a komplementaritás a viszonylatok esetében oly módon is megnyilvánulhat, hogy az oda-vissza utak esetén a telekocsival párhuzamosan felváltva használhatnak az utasok más eszközöket (pl. vonat – telekocsi, vonat – busz). Fordított mintázat, vagyis induló utastöbbség csupán néhány esetben figyelhető meg (Győr és Szeged környéki települések), mely kizárólag alacsonyabb népességszámú helyekhez kötődik.

Ahogy korábban utaltam rá, az abszolút számok egy általános képet adnak a tranzakciók offline aspektusáról, azonban szükséges ennek árnyalása. Ha meg akarjuk ismerni a telekocsizás népszerűségét, akkor lakosságszámhoz viszonyítottan érdemes vizsgálni az utasszámokat (23. ábra). A térkép alapján négy nagy koncentráció azonosítható országos szinten. Közülük is két nagy régió jelenik meg eltérő okokból: az északkelet-magyarországi, illetve a balatoni. Előbbit a perifériális, határmenti fekvés, a közösségi közlekedés kihívásai (vasútvonal felújítás), utóbbit pedig a turisztikai szerepkör emeli ki az OSZKÁR használatában. A fővárostól legtávolabbi terület, az ország északkeleti csücskében fekvő, közlekedési árnyékhelyzetben lévő Kisvárd, Mátészalka települések esetében a telekocsi forgalom különösen népszerű, mely a legnagyobb olyan összefüggő területet képezi, mely sem a centrális sem pedig a transzverzális nem érintik (ERDŐSI F. 1991).

A másik két koncentráció vidéki, szintén határközeli regionális központhoz kötődik, mely települések többek között egyetemvárosi szerepkörrel is rendelkeznek (Pécs, Szeged). Mindezek arra utalnak, hogy a telekocsizás népszerűsége nem vezethető vissza egyetlen tényezőre, hanem komplex okokra.



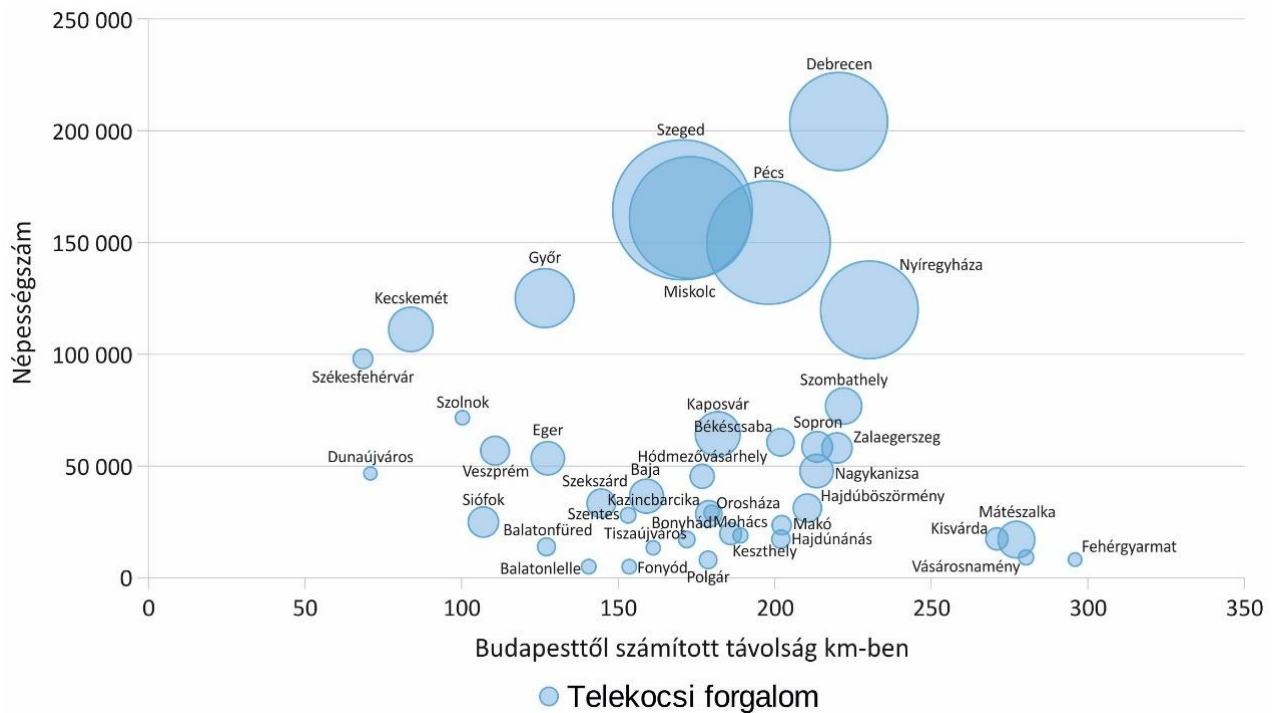
23. ábra Egy hónap összesített telekocsi utazásainak viszonylatai a népességszámhoz viszonyítva (2017 szeptember)

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

A 2017 szeptemberi pillanatkép térképes elemzése alapján kijelenthető, hogy a telekocsi utazások koncentrációját a népességszám, ezáltal a magasan urbanizált területek adják. Magyarország esetében ez a centralizáltságban köszön vissza, valamint abban, hogy a viszonylatok többségében célállomásként vagy induló településként megjelenik a főváros (a 2017-es szeptemberi viszonylatokat összefoglaló ábrán mind az indulás, mind pedig az érkezés esetén több mint 40 000 a lefoglalt ülőhelyek száma Budapestnél, mely jelentősen meghaladja a vidéki nagyvárosok 4000–9000 közti értékeit). Ezt a jelenséget a következő grafikon (24. ábra) is alátámasztja, mely a telekocsiforgalom és népességszám mellett egy újabb változót, a Budapesttől számított távolságot is figyelembe veszi. Látható, hogy a legnagyobb sugarú körök a legnépesebb hazai települések közül kerülnek ki.

Az országon belüli utazásokban ugyanakkor azonosíthatók regionális különbségek. A viszonylatok lakosságszámhoz arányosított térképének elemzése során négy terület emelkedik ki, ahol kiemelt telekocsi-forgalom azonosítható: két régió és két regionális központ nevezhető meg. A Dunántúl sűrűbb településhálózata nem vonja magával a viszonylatok számának növekedését, hiszen eleve a települések mindössze 5%-a jelenik meg a platform adataiban. Összefoglalva: a népességszám, a Budapesttől való távolság meghatározó, ám ezek mellett további tényezők is szerepet játszanak, mely a platform ágazati, közlekedéshez kapcsolódó

profiljából adódik. Ez a látszólag egyszerű összefüggés azonban azt bizonyítja, hogy jelen esetben az információs és kommunikációs technológiák által létrejött platformok interakciói olyan területi mintázatokat mutatnak, melyekre hatnak az offline tényezők, úgymint a népességszám, a távolság, illetve a településhálózat sajátosságai.



24. ábra Négy hét összesített telekocsi utazásainak top40 viszonylatai (2017 szeptember)

Szerk.: Bálint D.

A top viszonylatok esetén ennél rövidebb utak csak elvétve találhatók. Ez több okkal is magyarázható egyszerre, melyek közül elsőként fontos kiemelni, hogy a platform dominánsan interregionális közlekedési módként szolgál, vagyis kevésbé kedvez a rövidebb, 100 km alatti, elsősorban napi ingázás céljából megtett utazásoknak. Az ingázásnál egyrészt a telekocsizás más típusú, klasszikusabb változatai jobban elterjedtek, másrészt pedig a közösségi közlekedés előnyösebb alternatívát kínálhat a rövidebb távú utaknál. Előbbire ilyen példa lehet a nem ismeretlenek közötti, hanem a háztartásalapú, családtagokkal közös vagy ismerősök, kollégák társaságában megtett utazások, melyek kívül esnek a platformon, ám ugyanúgy az autó hatékonyabb kihasználását eredményezik. Természetesen, ahogy már többször utaltam rá, a platform esetén nem húzható éles határvonal, ugyanúgy megjelennek a felhasználók körében fix útitársak, ismerősök, de alapvetően a rendszer jellege az ismeretlenek közti utazásokat ösztönzi.

A magasan urbanizált területeken a szuburbán településekről történő ingázás esetén ráadásul eleve hatékonyabb a közösségi közlekedés, vagyis ilyen értelemben sem jelent vonzó alternatívát az OSZKÁR. Második tényezőként fontos kiemelni azt, hogy a hazai viszonylatban hosszúnak tekinthető utak arra is utalnak, hogy a felhasználók kényelmi szempontokat is figyelembe vesznek, mivel a közösségi közlekedés esetén ilyen távoknál gyakoribb az átszállás, illetve a fix menetrend következtében az autónál lényegesen hosszabb menetidő. A harmadik, kézenfekvő földrajzi magyarázat a 100 és 300 km közötti utazásokra az ország méretéből adódik, hiszen néhány száz km-nél hosszabb telekocsizást a belföldi viszonylatok esetén nem lehet megtenni. A fenti ábra, illetve az első, érkezések és indulások abszolút számát bemutató térkép segítségével összesen öt nagy kategóriát különítettem el a legalább megyei jogú városi ranggal rendelkező településeknél.⁵

9. táblázat A hazai városok felosztása a telekocsi-platform utazásai és forgalma alapján

Szerk.: Bálint D.

Kategória	Budapesttől való távolság	Településhierarchiában elfoglalt helyzet	Telekocsi forgalom	Példa
1.	100 km felett	Regionális központ	Nagy	Pécs, Szeged
2.	100 km felett	Regionális központ	Közepes	Győr, Debrecen
3.	100 km felett	Megyei jogú város	Közepes	Kecskemét, Kaposvár
4.	100 km felett	Megyei jogú város	Alacsony	Eger, Sopron
5.	100 km alatt	Megyei jogú város	Alacsony	Székesfehérvár, Tatabánya

A hazai települések és a telekocsi-használat, valamint a kiválasztott indikátorok összefüggéseit az alábbi korrelációs táblázat prezentálja. Látható, hogy a kiválasztott független változók közül erős pozitív kapcsolat van az érettségizettek/diplomások arányával, valamint az internetelőfizetések arányával. Szintén szignifikáns, de negatív a kapcsolat a km értékekkel, vagyis minél távolabb fekszik egy település a megyeszékhelytől és autópálya-csomóponttól, annál nagyobb a telekocsizók aránya. Ugyanakkor az egy lakosra jutó jövedelemmel, a szálláshelyek és személygépkocsik arányával nincsen érdemi kapcsolat a korrelációs mátrix elemzése alapján.

⁵ A kategóriákat összesen három tényező alapján különítettem el, melyek a következők voltak: a fővárostól való távolság, a településhierarchiában elfoglalt helyzet, valamint a telekocsi forgalom (táblázat). A megyei jogú városok kiválasztásának célja az összehasonlíthatóság volt, olyan nagy népességű települések kiválasztása, melyek hasonló jogkörökkel rendelkeznek.

		Lefoglalt telekocsi-ülőhelyszáma lakosságszámhoz viszonyítva (% , 2017)	Legalább érettségizett, 18+ éves népesség a megfelelő korúak százalékában (% , 2011)	Felsőfokú (ISCED 5-8) végzettségrel rendelkező személyek aránya (% , 2011)	Egy lakosra jutó nettó jövedelem (Ft, 2014)	Regisztrált gazdasági szervezetek száma ezer lakosra (db, 2014)	Összes kereskedelmi szálláshely szállásférőhelyeinek aránya a lakosságszámhoz (% , 2014)	Személygépkocsi-ellátottság aránya a lakónépességhez viszonyítva (% , 2014)	Internetelőfizetések aránya (% , 2014)	Út szerinti optimalizálás esetén legrövidebb út hossza a megyeszékhelyig (km, 2014)	Idő szerinti optimalizálás esetén a leggyorsabb út hossza autópályacsomópontig (km, 2014)
Lefoglalt telekocsi-ülőhelyszáma lakosságszámhoz	Pearson Correlation	1	,344**	,375**	,065	,169	,035	,081	,314**	-,200**	-,267**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,377	,021	,639	,273	,000	,006	,000
	Sum of Squares and Cross-products	534,158	1149,203	587,480	#####	6361,835	1476,393	207,951	609,313	-1411,687	-2079,470
	Covariance	2,903	6,246	3,193	21340,018	34,575	8,024	1,130	3,311	-7,672	-11,301
	N	185	185	185	185	185	185	185	185	185	185
Legalább érettségizett, 18+ éves népesség a megfelelő korúak	Pearson Correlation		1	,952**	,777**	,222**	,123	,525**	,760**	-,255**	-,139
	Sig. (2-tailed)			,000	,000	,002	,095	,000	,000	,000	,058
	Sum of Squares and Cross-products		23171,226	10020,129	#####	56453,968	32784,214	9268,103	10137,639	#####	-7185,839
	Covariance		125,250	54,163	#####	305,157	178,175	50,098	54,798	-64,551	-38,842
	N		186	186	186	186	186	186	186	186	186
Felsőfokú (ISCED 5-8) végzettségrel rendelkező	Pearson Correlation			1	,738**	,277**	,114	,551**	,749**	-,310**	-,184*
	Sig. (2-tailed)				,000	,000	,121	,000	,000	,000	,012
	Sum of Squares and Cross-products			4777,978	#####	31965,172	14279,531	4423,783	4536,760	-6592,183	-4298,527
	Covariance			25,827	#####	172,785	77,606	23,912	24,523	-35,633	-23,235
	N			186	186	186	186	186	186	186	186
Egy lakosra jutó nettó jövedelem (Ft, 2014)	Pearson Correlation				1	-,051	-,043	,360**	,579**	-,304**	-,173*
	Sig. (2-tailed)					,491	,559	,000	,000	,000	,018
	Sum of Squares and Cross-products				#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
	Covariance				#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
	N				186	186	185	186	186	186	186
Regisztrált gazdasági szervezetek száma ezer lakosra (db, 2014)	Pearson Correlation					1	,266**	,528**	,239**	,102	-,208**
	Sig. (2-tailed)						,000	,000	,001	,166	,004
	Sum of Squares and Cross-products					#####	#####	#####	35067,718	52405,462	#####
	Covariance					15090,339	4320,124	553,886	189,555	283,273	-635,599
	N					186	185	186	186	186	186
Összes kereskedelmi szálláshely szállásférőhelyeinek	Pearson Correlation						1	,212**	,184*	,105	-,115
	Sig. (2-tailed)							,004	,012	,153	,119
	Sum of Squares and Cross-products						#####	43441,541	28513,846	59205,334	#####
	Covariance						18429,592	236,095	154,967	321,768	-387,996
	N						185	185	185	185	185
Személygépkocsi-ellátottság aránya a lakónépességhez	Pearson Correlation							1	,578**	,022	-,167*
	Sig. (2-tailed)								,000	,771	,023
	Sum of Squares and Cross-products							13471,691	5880,908	767,604	-6541,072
	Covariance							72,820	31,789	4,149	-35,357
	N							186	186	186	186
Internetelőfizetések aránya (% , 2014)	Pearson Correlation								1	-,207**	-,101
	Sig. (2-tailed)									,005	,170
	Sum of Squares and Cross-products								7679,791	-5578,688	-2997,125
	Covariance								41,512	-30,155	-16,201
	N								186	186	186
Út szerinti optimalizálás esetén legrövidebb út hossza a megyeszékhelyig	Pearson Correlation									1	,184*
	Sig. (2-tailed)										,012
	Sum of Squares and Cross-products									94557,446	19110,522
	Covariance									511,121	103,300
	N									186	186
Idő szerinti optimalizálás esetén a leggyorsabb út hossza autópályacsomópontig	Pearson Correlation										1
	Sig. (2-tailed)										
	Sum of Squares and Cross-products										#####
	Covariance										619,157
	N										186

25. ábra Korrelációs mátrix (SPSS) eredmények

Szerk.: Bálint D. – Németh Á.

Öt független változó szerepe meghatározó, ezeket fontossági sorrendben egyesével léptettem be a modellbe (stepwise módszer). A többit hiába léptetném be, a modell magyarázó ereje már nem növekedne tovább. E szerint a modell magyarázó ereje fokozatosan emelkedett 0,325-ig.

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,375 ^a	,141	,136	1,58368	,141	29,977	1	183	,000
2	,481 ^b	,232	,223	1,50159	,091	21,557	1	182	,000
3	,530 ^c	,281	,269	1,45634	,050	12,486	1	181	,001
4	,572 ^d	,327	,312	1,41316	,046	12,230	1	180	,001
5	,586 ^e	,343	,325	1,39997	,016	4,406	1	179	,037

26. ábra Lineáris regresszió (SPSS)

Szerk.: Bálint D. – Németh Á.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,786	,341		-2,304	,022		
	Felsőfokú (ISCED 5-8) végzettségűek aránya	,128	,023	,375	5,475	,000	1,000	1,000
2	(Constant)	1,142	,527		2,169	,031		
	Felsőfokú (ISCED 5-8) végzettségűek aránya	,237	,032	,694	7,341	,000	,472	2,118
	Egy lakosra jutó nettó jövedelem	-3,902E-06	,000	-,439	-4,643	,000	,472	2,118
3	(Constant)	1,917	,556		3,449	,001		
	Felsőfokú (ISCED 5-8) végzettségűek aránya	,228	,031	,669	7,274	,000	,469	2,131
	Egy lakosra jutó nettó jövedelem	-4,166E-06	,000	-,469	-5,090	,000	,468	2,136
	Idő szerinti optimalizálás egy méterenként	-,016	,004	-,228	-3,534	,001	,950	1,052
4	(Constant)	3,382	,683		4,952	,000		
	Felsőfokú (ISCED 5-8) végzettségűek aránya	,285	,035	,836	8,260	,000	,365	2,737
	Egy lakosra jutó nettó jövedelem	-4,619E-06	,000	-,520	-5,741	,000	,456	2,193
	Idő szerinti optimalizálás egy méterenként	-,018	,004	-,256	-4,051	,000	,935	1,069
	Személygépkocsi-ellátottság aránya	-,053	,015	-,256	-3,497	,001	,695	1,438
5	(Constant)	2,985	,702		4,249	,000		
	Felsőfokú (ISCED 5-8) végzettségűek aránya	,245	,039	,720	6,289	,000	,280	3,568
	Egy lakosra jutó nettó jövedelem	-4,708E-06	,000	-,530	-5,898	,000	,455	2,199
	Idő szerinti optimalizálás egy méterenként	-,018	,004	-,265	-4,224	,000	,931	1,074
	Személygépkocsi-ellátottság aránya	-,062	,016	-,300	-3,971	,000	,643	1,556
	Internetelőfizetések aránya	,054	,026	,196	2,099	,037	,422	2,371

27. ábra Lineáris regresszió – stepwise módszerrel (SPSS)

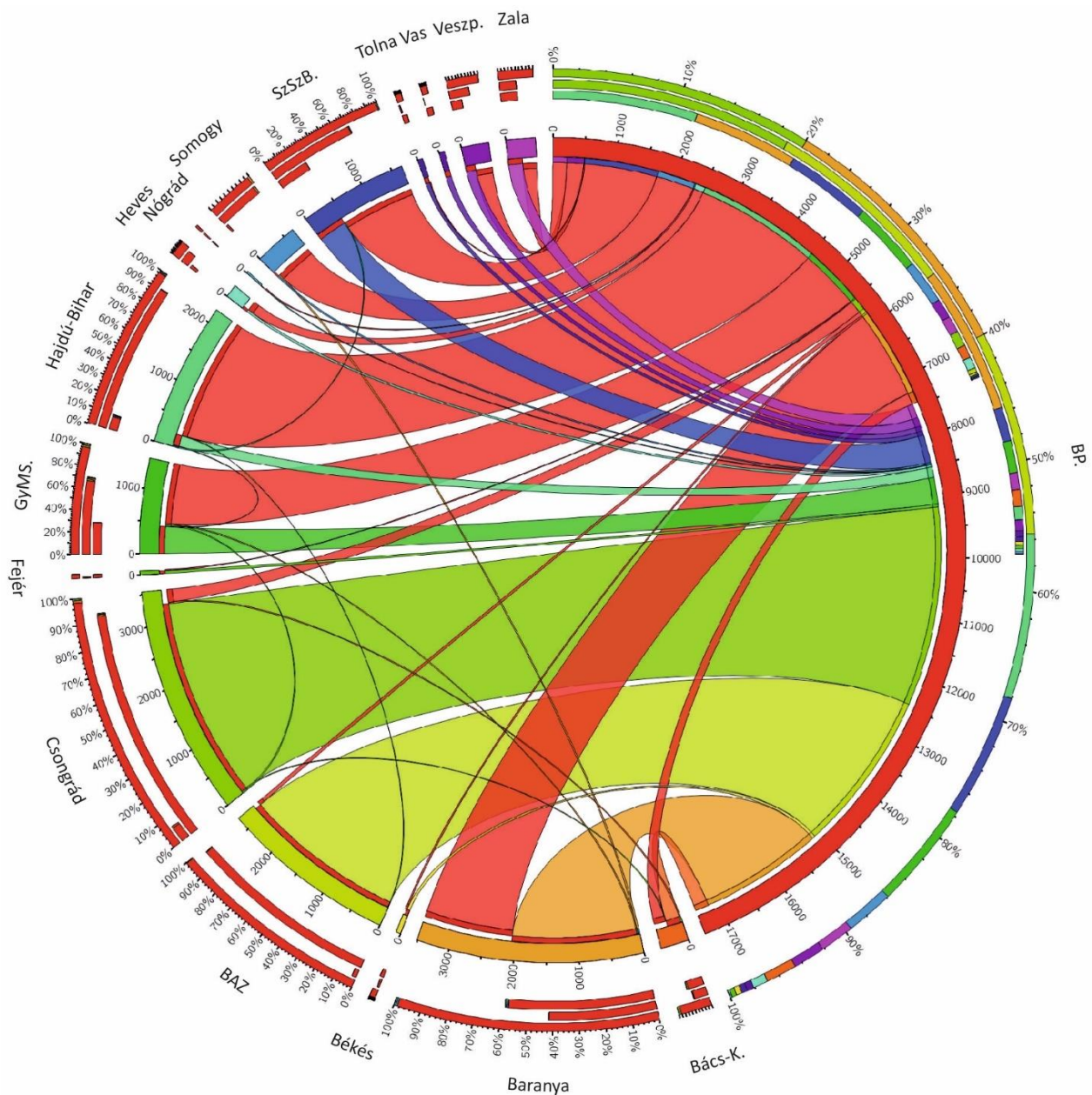
Szerk.: Bálint D. – Németh Á.

Ez az öt független változó magyarázza a függő változó értékét, a többi szerepe elhanyagolható. Közülük a felsőfokú végzettségűek aránya mutat erős, pozitív hatást.

Utána három indikátoré mutat negatív hatást: az egy lakosra jutó jövedelem, az autópálya csomópontig való úthossz és a személygépkocsi-ellátottság aránya a lakónépességhez viszonyítva. Mivel az oszkározás az egyetemvárosok esetében kiugróan népszerű, és ezek a központok csak közepes jövedelmű települések, ez hozzájárulhat a telekocsiülőhelyek és a

jövedelmi szint közti fordított arányhoz. A másik két negatív hatás azt mutatja, hogy a közlekedési árnyékhelyzetben, az autópálya-csomóponttól távolabbi területek esetében az oszkározás vonzóbb alternatíva, mint más közlekedési eszköz (pl. busz, vonat). Mindezekon kívül a személygépkocsi-ellátottsággal való fordított kapcsolat egy másik alternatíva a személygépkocsival való utazás lehetőségeinek hiányára utalhat, vagyis a használók számára sem a saját tulajdonú autó, sem pedig a tömegközlekedés nem kínálhat alternatívát a telekocsival szemben. Az ötödik változó, az internetelőfizetések aránya gyengébb kapcsolatot mutat (0,196) a másik négy változóhoz képest, mely azt támasztja alá, hogy az internetelésnél nagyobb szerepet játszik a távolság, tehát a közlekedési szempontok (távolság, eszköz). A felsőfokú végzettségűekkel való erős kapcsolat azt vetíti előre, hogy az OSZKÁR telekocsi-platform azokon a településeken lesz népszerűbb, ahol magasabb a felsőfokú végzettségűekkel rendelkezők aránya. Ez alátámasztja a kérdőív eredményeit, vagyis, hogy a fiatalabb, mobilisabb társadalmi csoportok alkotják a platform keresletének derékhadát.

A hazai viszonylatok útvonalait (Lekérdezés 1.) a Chord-diagram vizualizálja (28. ábra). A következő oldalon lévő ábrán látszik, hogy a legnépszerűbb heti viszonylatok összesítése alapján a Budapestről kimenő és oda beérkező forgalom a viszonylatok lefoglalt ülőhelyszámaiban kiemelkedik (a körcikkeknek majdnem felét teszi ki). A színskála mutatja az utazás irányát, mely alapján a fővárosból induló telekocsi-utazások (piros színnel) esetén kiemelkedik Hajdú-Bihar, Baranya és Győr-Moson-Sopron megye. A Budapestről induló autók volumene pedig két térségből, Csongrád-Csanádból és Borsod-Abaúj megyéből jelentős. Az eredmények elemzésekor fontos figyelembe venni, hogy ez az ábra a top 50 viszonylatok ülőhelyszámaiban tartalmazza, három hét összesített viszonylatait, mely torzíthatja az adatokat. Mindezeket figyelembe véve a diagram a földrajzi népességkoncentrációk jelentőségét mutatja, valamint azt, hogy a népszerű viszonylatok nem vidéki megyék között jönnek létre, vagyis a kritikus tömeg mellett a hazai úthálózat is fontos tényező.



28. ábra A top 50 települések utazásait megyei bontásban bemutató Chord-diagram

Szerk.: Bálint D. – Németh Á.

Ha a megyei bontásban nézzük az adatokat, látható az is, hogy olyan egységek foglalnak el a többihez képest jóval kisebb körcikket, amely megyékben nincsenek olyan regionális központok, amelyek nagy tudományegyetemnek adnának otthont (pl. Tolna, Heves, Nógrád, Vas, Bács-Kiskun megye).

A telekocsizás abszolút számai tehát olyan útvonalakhoz kötődnek Magyarországon, ahol a főváros vagy induló vagy fogadó településként jelenik meg és jellemzően valamelyik egyetemvároshoz kötődik a viszonylat másik települése.

A kereslet és kínálat egymást erősítő hatása következtében megfigyelhetőek úgynevezett „Oszkár-útvonalak”, ahol széles kínálat jellemző, nagy számban található üzleti sofőrök és sok időpont közül választhat az utas. Egyfajta alternatív közlekedési opciót kínál a települések lakosai számára elsősorban Budapestre vagy Budapestről. Ezeket az útvonalakat tehát nemcsak a kereslet jelöli ki, hanem a meglévő kínálat lehetővé teszi azt, hogy néhány viszonylat esetén az „Oszkár-útvonal” más közlekedési módokkal szemben versenyképes alternatíva legyen. Ez alátámasztja a platform komplementer jellegét. Az „Oszkár-útvonalak” hatását az alábbi interjúrészlet is prezentálja:

„Sajnos csak a Pécs-Budapest távról van szó, mert máshova nem visz út, hogy lefedje az igényeimet. Egyszer például szükségem lett volna Pécsről Miskolcra menni, de az összehozhatatlan volt [Oszkár-on].”

(nő, pécsi lakos, több mint 10 alkalommal telekocsizott)

Ezeknél az útvonalaknál nem csupán a településméret játszik szerepet, hanem olyan események, melyek példaként a kötöttpályás közlekedést időszakosan elérhetetlenné vagy az átszállások miatt bonyolultabbá és hosszabbá teszik. Ezt a fajta fennakadást a telekocsizás pótolja, mely Miskolc és Pécs esetén is megfigyelhető a lefoglalt ülőhelyszámokban és az alábbi interjúrészlet, mely a telekocsizás motivációjára kérdezett rá, szintén alátámasztja:

„Gyorsabb volt az OSZKÁR a vonatnál és ezért feláldoztam egy kis kényelmet. A vonat azért kényelmesebb: ki tud az ember menni mosdóba, fel tud kelni, ki tudja nyújtóztatni a lábát. Nem függök másoktól, ez a fajta szabadságérzés, amiből alább adtam, amikor telekocsiztam. Akkoriban éppen vágányzár volt a Pécs-Pest vonalon, amivel drasztikusan megnövekedett az utazási idő. Ez már a felújítás előtt is inkább 3 óra volt. [A felújítás alatt] egy hosszú szakaszon buszra kellett szállni és emiatt 3 óra 40 perc volt az utazás.”

(férfi, pécsi lakos, több mint 10 alkalommal telekocsizott)

5. 3. 2. A külföldi viszonylatok területi mintázatai

A kérdőív kitöltőinek több mint 85%-a belföldi utazást jelölt meg, melynek arányai a ténylegesen megvalósult utasszámokban is visszatükröződnek, vagyis az OSZKÁR felületén történő tranzakciók döntően hazai utazásokhoz kapcsolódnak. Az összesített, egy havi adatok alapján (9. táblázat) az osztrák és német települések dominanciája (pl. érkezéseknél 10. Bécs, 27. München, 33. Stuttgart, 45. Salzburg, 50. Frankfurt) figyelhető meg a külföldi utazások kategóriáján belül. A német nyelvterület kiugrása három okra vezethető vissza, mely címszavakban összefoglalva a közelség, a fapados légi járatok és a kint dolgozó/élő magyar állampolgárok utazásai. A külföldi úticélok közül a fenti desztinációk még olyan távolságon belül találhatóak, ahol a repülővel szemben tényleges alternatívát jelenthet a személygépjármű, különösen az üzleti sofőrök hirdetései esetében. Ők nagyobb kapacitású járművekkel, egyterűekkel vagy mikrobuszokkal teszik meg az utat, vagyis lehetőség van nagyobb mennyiségű utas és csomag szállítására is. A másik magyarázat a külföldi mintázatokra a fapados légitársaságok szerepe, melyek időben és árban is kedvezőbb feltételekkel győznek le jelentősebb távolságokat – ezekkel pedig a személygépkocsi nem tud versenyre kelni. (Például bár a több mint 1400 km-re fekvő London is megjelenik a telekocsi érkezések viszonylatai közt, de közel sem olyan előkelő helyen, mint a szomszédos Ausztria fővárosa, Bécs, mely a top10 településben kap helyet.)

A harmadik ok között említhető a magyar vendégmunkások jelenléte a platformon, melyet jól mutat Stuttgart és Salzburg példája is – ezek a települések mind a keresleti, mind a kínálati oldalon megjelennek a hirdetések között. A nyugat-európai városok közül Berlin, Dublin vagy éppen Koppenhága azonban hiába ad otthont jelentősebb magyar diaszpórának, a távolság és a fapados járatok léte miatt a lekérdezésekben ezek a helyszínek vagy nem jelennek meg a hirdetések között, vagy csak nagyon alacsony számban. A három tényező együttes jelenléte tehát meghatározza a külföldi települések helyezéseit és utasszámait az telekocsizás tekintetében.

A határon túli magyarok esetén egy éles határvonal figyelhető meg a nyugati és keleti desztinációk esetén. A 2017 szeptemberi OSZKÁR adatok szerint olyan jelentős, szomszédos országok magyar lakta városai, mint Csíkszereda vagy Szabadka semennyi vagy csupán minimális (5 fő alatti) utasforgalmat generált, de példaként Marosvásárhelyre is mindösszesen 10 fő érkezett. Ez a különbség jórészt az utazás céljára vezethető vissza. Nyugat-Európába munkavállalás miatt utaznak elsősorban fiatalabb korosztályok. Ezzel szemben Romániából vagy Szerbiából inkább családi (rokonlátogatás) vagy rekreációs (turizmus) célból utaznak ide,

melyet jellemzően nem telekocsival tesznek meg. Felmerülhet a kérdés, hogy milyen közlekedési alternatíva jelenhet meg, akár más platform személyében, mely a romániai városok alacsony telekocsiforgalmát eredményezik az OSZKÁR viszonylataiban? A főként magyarulterületek keresletét olyan menetrend szerint működő magánbusztársaságok szolgáltatják, melyek a telekocsizás és a meglévő állami vállalatok mellett egy lehetséges vetélytársat jelenthetnek a hosszútávú, interurbán utazások során. Románia esetén például ilyen szolgáltatást nyújtanak az ErikTrans, OptimusTrans, CorunTrans és további cégek.

Ezekből az országokból is inkább nyugat-európai városok a vendégmunkások célállomásai (pl. Romániából Anglia, Spanyolország). Ez alól kivételt Ukrajna jelent, melyet jól példáz Beregszász esete. Itt a város mind az érkezések, mind az indulások oldaláról jelentősebb, 30 fő feletti lefoglalt ülőhelyt eredményez, vagyis az OSZKÁR platformján látható, hogy innen létezik egy magyarországi – vélhetően munkavállalás céljából történő – ingázás.

10. táblázat 2017 szeptember egyhavi telekocsi utazásainak legnépszerűbb, top 50 viszonylatai

Szerk.: Bálint D.

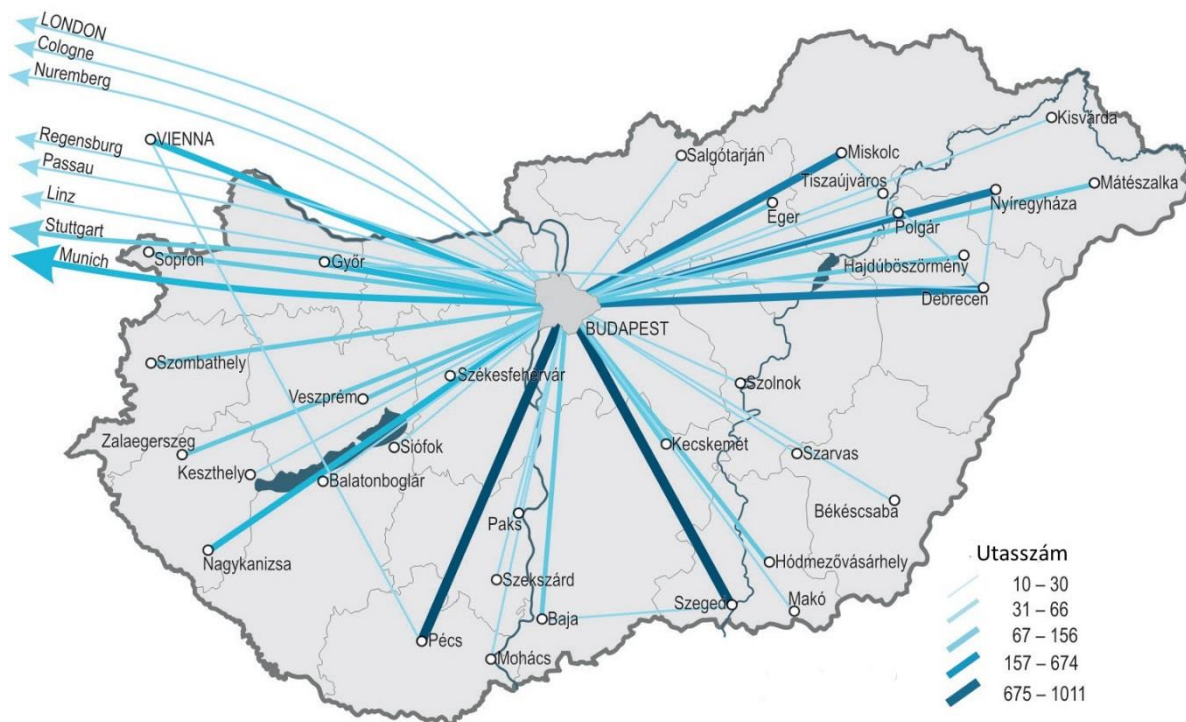
Rangsor	Település (Érkezés)	Utasszám	Település (Indulás)	Utasszám
1.	Budapest	43 439	Budapest	44 655
2.	Szeged	9 360	Szeged	9 316
3.	Pécs	7 203	Pécs	7 373
4.	Miskolc	7 116	Miskolc	7 032
5.	Nyíregyháza	4 659	Debrecen	4 578
6.	Debrecen	4 601	Nyíregyháza	4 441
7.	Győr	1 669	Győr	1 655
8.	Kecskemét	957	Kaposvár	973
9.	Kaposvár	954	Kecskemét	928
10.	Bécs	924	Szombathely	605
11.	Mátészalka	711	Mátészalka	576
12.	Szombathely	652	Baja	528
13.	Baja	575	Eger	516
14.	Nagykanizsa	549	Nagykanizsa	516
15.	Eger	548	Sopron	435
16.	Sopron	457	Siófok	430
17.	Zalaegerszeg	447	Zalaegerszeg	429
18.	Siófok	445	Hajdúböszörmény	379
19.	Szekszárd	416	Veszprém	379
20.	Veszprém	411	Szekszárd	361
21.	Hajdúböszörmény	382	Békéscsaba	336
22.	Békéscsaba	375	Kazincbarcika	322
23.	Kazincbarcika	338	Hódmezővásárhely	280
24.	Hódmezővásárhely	272	Kisvárd	209
25.	Kisvárd	261	Keszthely	205
26.	Keszthely	247	Makó	190
27.	München	236	Székesfehérvár	164
28.	Székesfehérvár	205	Hajdúnánás	154
29.	Balatonfüred	168	Polgár	145
30.	Hajdúnánás	163	Tiszaújváros	141
31.	Makó	162	Balatonfüred	136
32.	Polgár	149	Szentes	111
33.	Stuttgart	125	Vásárosnamény	111
34.	Szentes	120	Orosháza	108
35.	Orosháza	115	Stuttgart	104

36.	Balatonlelle	112	Mohács	100
37.	Tiszaújváros	112	Balatonlelle	88
38.	Mohács	109	Szolnok	88
39.	Bonyhád	108	Salzburg	83
40.	Szolnok	106	Bonyhád	81
41.	Vásárosnamény	106	Fehérgyarmat	79
42.	Dunaújváros	96	Regensburg	77
43.	Fehérgyarmat	94	Fonyód	73
44.	Tatabánya	85	Dunaújváros	70
45.	Salzburg	81	Tapolca	70
46.	Fonyód	80	Ulm	70
47.	Tapolca	77	Gyöngyös	67
48.	London	75	Salgótarján	66
49.	Gyöngyös	73	Tatabánya	63
50.	Frankfurt	72	Zürich	62

5. 3. 3. A platform-utazások időbeli mintázatai

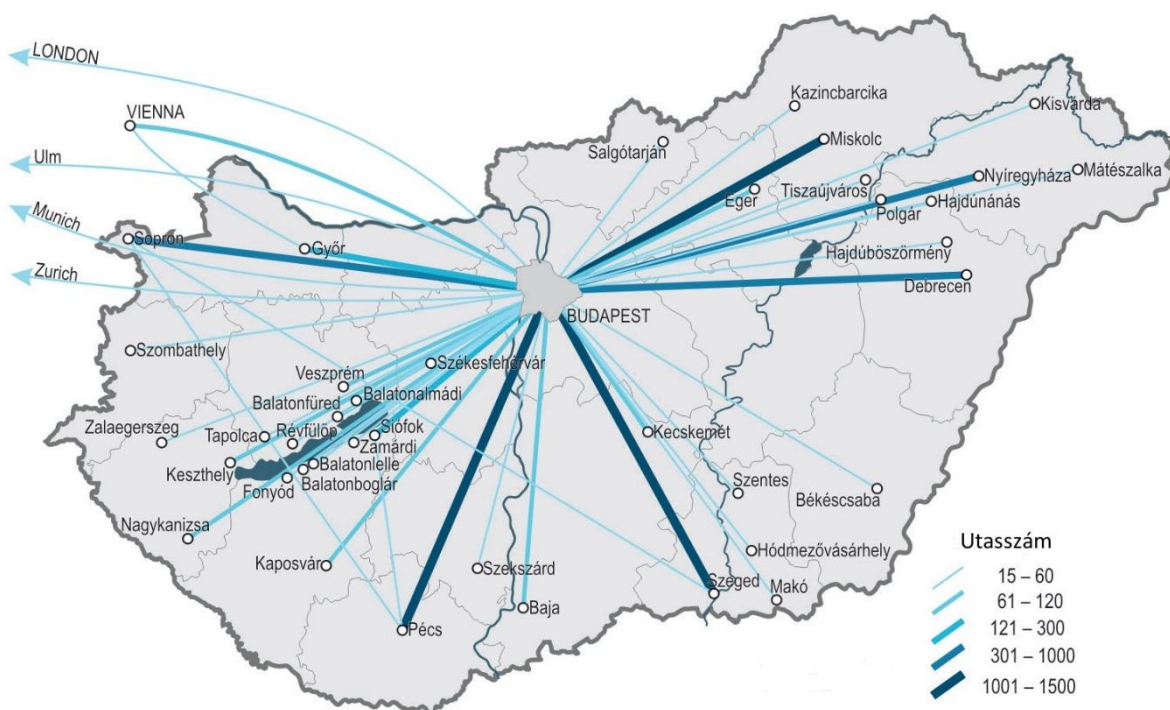
Az előzőekben a platform offline aspektusát, a telekocsi-utazásokat egy adott időpillanatban elemeztem, elsősorban az általános területi mintázatra és egyes települések utasszámaira koncentrálni. Ahogy a megosztáson alapuló gazdaság szakirodalma is előrevetíti (on-demand jelleg): a rugalmasság, a kereslet változásaihoz való gyors alkalmazkodás kiemelkedő vonása az online közvetítő platformoknak. Ennek, vagyis a kereslet időbeli eltéréseinek vizsgálatához egy nyári (június 29. – július 5.) és egy téli időszak (december 8. – 14.) összesített útjainak első 50 legnépszerűbb viszonylatát hasonlítom össze. A következő két térképen látszik, hogy az alapstruktúra azonos, mindkét időszakban visszaköszön a Budapest-központú, erősen centrális András-keresztet kirajzoló úthálózat. Bizonyos viszonylatok utasszámai (Budapest – Pécs, Budapest – Szeged) stabilan magasak (1000-1500 lefoglalt ülőhely/hét) és az északkelet-magyarországi régió állomásai szintén jelen vannak a térképeken. Ez a három koncentráció tehát mind a téli, mint a nyári időszakban megjelenik, szemben a Balaton-parti településekkel, melyek decemberben értelemszerűen eltűnnek a népszerű viszonylatok közül.

Télen több rövidebb, transzverzális út figyelhető meg (pl. Baja – Szeged, Debrecen – Nyíregyháza, Debrecen – Miskolc). Ennek ellenére, ha megnézzük a viszonylatok átlagos úthosszát a következő oldalak egyikén (29. ábra), látható, hogy ősszel és télen a 300 km-nél hosszabb utak száma magasabb, nyáron pedig a rövidebb, belföldi utak jellemzőbbek. Decemberben egyértelműen kiemelkednek a nyugat-európai viszonylatok, vagyis a vendégmunkások szezonális látogatásai. Ezzel szemben a nyári időszakban a Balaton-parti települések (pl. Siófok, Balatonfüred, Keszthely) alkotnak egy nagyobb csoportot a platform utazásain belül a megnövekedett belföldi keresletből adódóan.



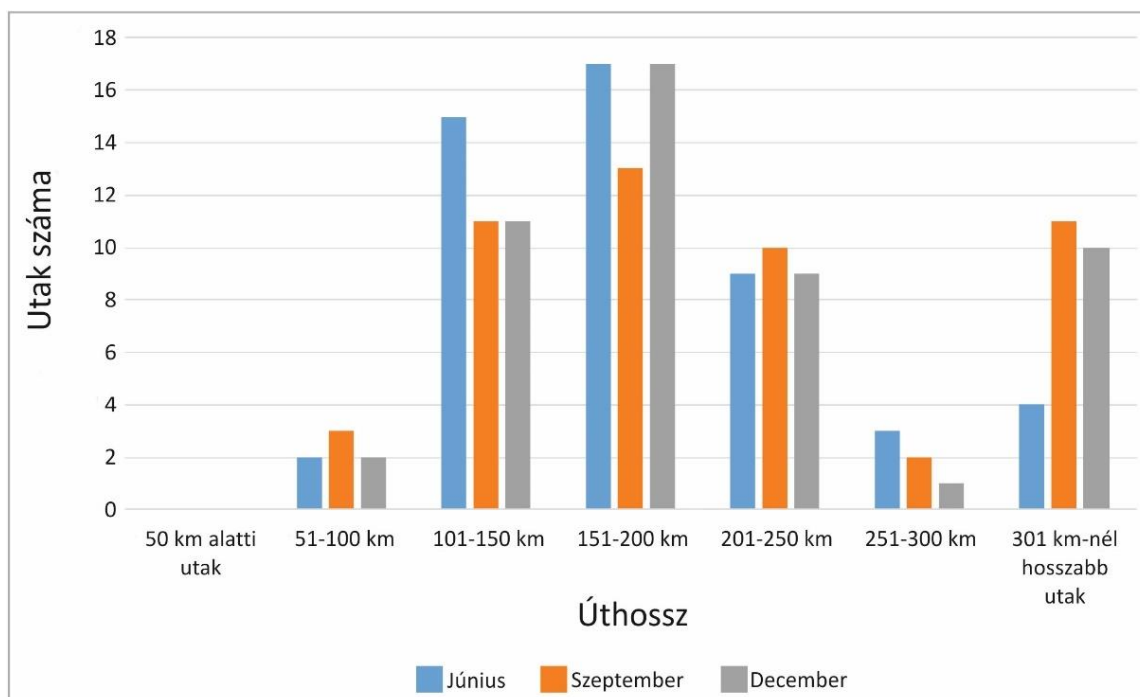
29. ábra Egy hét összesített viszonylatai (2014. december 8. – 14.)

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Józsa E.



30. ábra Egy hét összesített viszonylatai (2015. június 29. – július 5.)

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Józsa E.



31. ábra A viszonylatok átlagos úthossza (2014. szeptember 22. – 28., 2014. december 8. – 14., 2015 június 29. – július 5.)
Szerk.: Bálint D.

A térképek alapján azonosított különbségek utalnak a szezonális jelentőségére. Ebből következően egyetlen lekérdezés torzíthat, ezért az offline aspektus elemzésekor szükséges a többszöri mintavétel.

A szezonális mellett eseti, alkalmi, rendezvényekhez kötődő kiugrások is tapasztalhatók az utazásokban, ahogyan ezt például Sopron utasszámai prezentálják a VOLT fesztiválhoz kötődően a nyári időszakban. A téli időszak néhány száz fős Budapest– Sopron viszonylata júniusban több mint 1000 lefoglalt ülőhelyre emelkedik és olyan vidéki városokból, mint Szeged vagy Pécs is jelentősebb direkt, transzverzális utasforgalom mutatható ki a település irányába.

Az empirikus eredményekre támaszkodva az OSZKÁR platformja alapján összesen három nagy csoportot különíthető el: az első főként a szabadságokhoz kötődik (pl. karácsony, húsvét), a második különböző rendezvényekhez (pl. koncertek, fesztiválok) a harmadik a heti, havi ingázáshoz (pl. egyetemváros és főváros között).

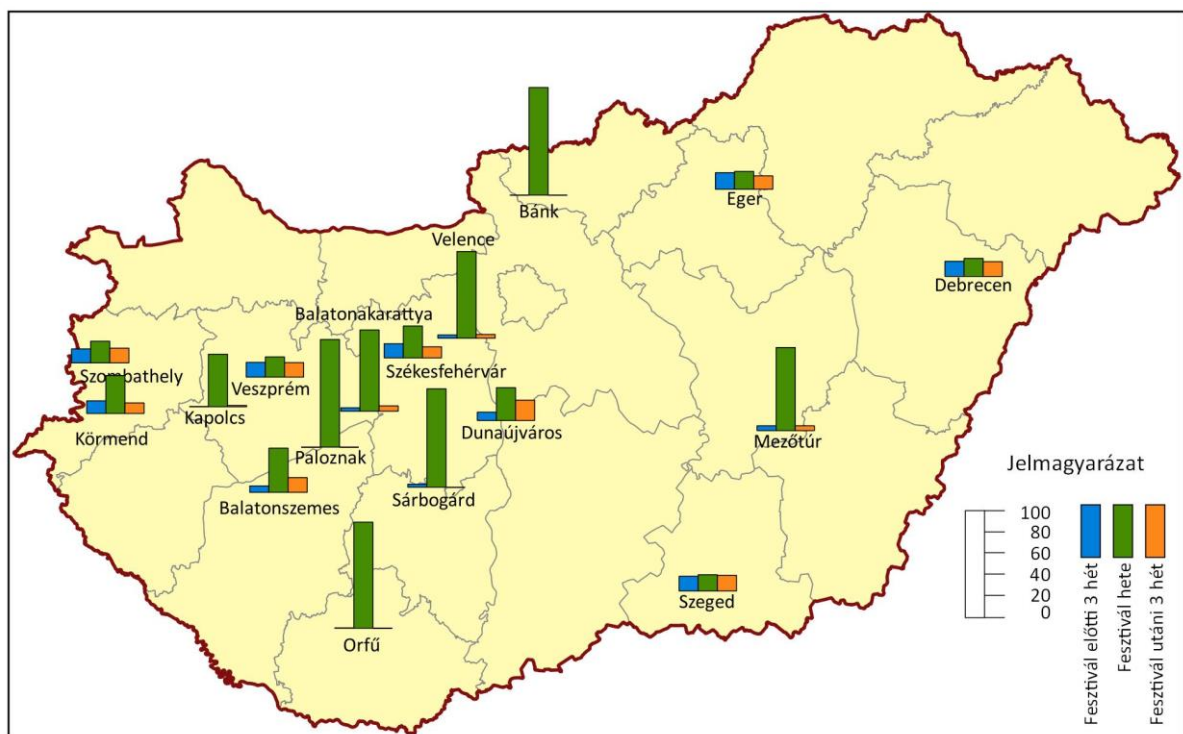
5. 3. 3. 1. A platformok kereslet-alapú változékonysága a hazai fesztiválok példáján

A három, előzőleg kiemelt tényező közös vonása, hogy a kereslet változásai alapvetően kiszámíthatók és szezonális mutatókat mutatnak, különösen a szabadsághoz (ünnepek) és munkához, oktatáshoz (tanévkezdés) kötődő utasszámok esetén. A másik, események elnevezésű csoport

már időben kevésbé koncentráltan, az év bármely szakaszában generálhat intenzívebb telekocsi forgalmat és területileg is nagyobb diverzitást mutat, hiszen itt már a többi kategóriához képest kevésbé behatárolható a magasabb telekocsi-forgalmat realizáló települések köre.

Fontos kiemelni, hogy az azonosított kategóriák, bár magyarázatot adnak a különböző időpontokban meglévő mintázatokra, a platform jellegéből adódó rugalmasság következtében egyéb, egyedi okok is hozzájárulhatnak a lefoglalt ülőhelyek számának növekedéséhez (pl. ilyen egy népszerű vasútvonal felújítása).

Erre a harmadik csoportra, ahogy már láthattuk a VOLT fesztivál okán, jó példa a fesztiválok köre. A továbbiakban arra szeretnék választ találni, hogy ezen rendezvények esetén milyen tényező játszik döntő szerepet a platform utasszámainak alakulásában. Maga a fesztivál látogatottsága vagy a földrajzi háttér, a rendezvény helyszínül szolgáló település nagysága?



32. ábra A kiválasztott 17 fesztivál telekocsi-számai heti bontásban

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

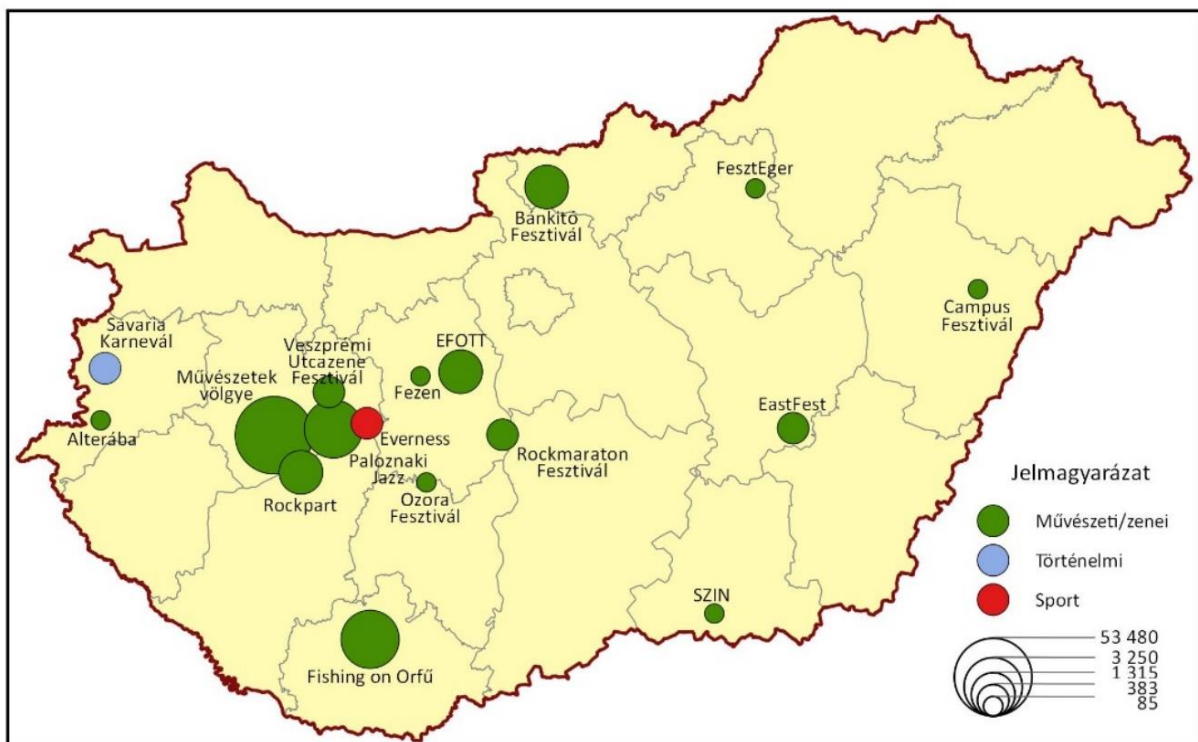
A kiválasztott 17 fesztiválnál (kiválasztás oka: lásd módszertan) minden esetben a telekocsi-forgalom növekedését generálta az esemény időszaka, vagyis kijelenthető, hogy függetlenül a rendezvény helyszínétől, típusától vagy fekvésétől, a fesztiválok hatása minden esetben megjelenik az adott településre irányuló telekocsi-forgalomban. Az előbbi térkép azonban arra is rámutat, hogy ez eltérő arányban jelenik meg, attól függően, hogy az adott település a fesztiválon kívüli időszakban milyen utasszámokat tudhat magának. A kis népességű, elzárt

települések telekocsi-forgalma rendkívül alacsony, sok esetben nem mérhető a fesztivál időszakán kívül.

A nyári, országos zenei fesztiválok esetén fontos kiemelni, hogy a látogatók zömmel a fiatal, 15-29 éves korosztály közül kerülnek ki, legalábbis a mintában szereplő rendezvények ezt a csoportot célozzák meg. Ahogy pedig az OSZKÁR kérdőívei alapján már megállapítottam, az utasok kategóriáján belül is a fiatal, húszas éveikben járók a legaktívabbak. Ennek következtében a fesztiválok esetében kimutatható a telekocsiforgalom növekedése a rendezvények ideje alatt.

Összefoglalva, az OSZKÁR keresleti oldalának emelkedéséhez tehát több tényező együttes jelenléte szükséges és azonosíthatók olyan időszakok, amikor a felhasználók tranzakciói az online térben intenzívebbé válnak, ennek az offline térben mind a koncentráció, mind az utasszámok tekintetében mérhető és vizualizálható következményei vannak.

A következő térképen szereplő helyszínek az ország különböző pontjain rendszeresen (évente) megrendezett nyári fesztiválok elhelyezkedését mutatják, melyek különböző régiókban fekszenek és a helyszínek a településhierarchiában is különböző szinteken helyezkednek el.



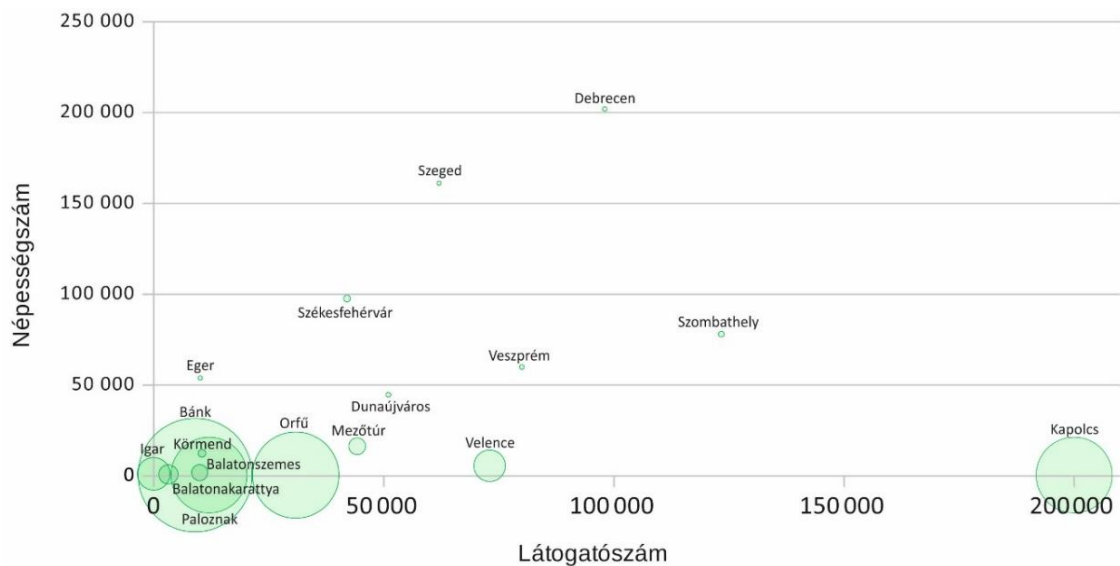
33. ábra A kiválasztott 17 település és település-nyomása

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

Az ábrán a körök nagysága a látogatószám és a lakónépesség arányát mutatja meg, vagyis az adott településre ható nyomást, melyek alapján a Művészetek völgye és a Fishing on Orfű

fesztivál emelhető ki. Ilyen esetekben a helyszín infrastruktúrája (utak, szálláshelyek) és lakossága (zaj- és vizuális szennyezés) könnyvelhet el a forgalomnövekedés révén ideiglenes, de jelentős, az élhetőséget negatívan befolyásoló változásokat. Bár a közösségi közlekedés járatszám-sűrítéssel, illetve különjáratok indításával igyekszik alkalmazkodni az adott rendezvény révén tapasztalható időszakos kereslet-növekedéshez, a sokkal rugalmasabban reagáló online platformok szerepe felértékelődik. Különösen ez olyan települések esetén igaz, melyek méretük, fekvésük vagy perifériális helyzetük okán eleve kedvezőtlen közlekedésföldrajzi adottságokkal rendelkeznek. Ahogy a térképen látható, a mintában szereplő fesztiválok közül a legkisebb nyomást a regionális központokban megrendezett SZIN (Szeged), Campus Fesztivál (Debrecen), valamint a megyeszékhelyhez kötődő FesztEger (Eger) könnyvelheti el. Ezzel szemben a Művészetek völgye (Kapolcs és környéke), Fishing on Orfű (Orfű) vagy éppen a Bánkitó (Bánk) fesztiválok esetén találkozhatunk a legnagyobb eltéréssel a fesztiválszezonon kívüli értékekkel összehasonlítva. Kapolcs esetén a vizsgálatot torzíthatja, hogy a rendezvény nem csak egy településhez kötődik, így a valóságban az oda irányuló nyomás még erőteljesebb lehet, ám részben eloszlik a szomszédos települések között.

A forgalomnövekedés, vagyis a fesztiválok előtti és utáni három hét átlaga és a rendezvény hetén mért telekocsi forgalom ennek következtében jelentősen különbözik. Az 50 ezer fő feletti települések (34. ábra, függőleges tengely) csoportjánál ez a kiugrás kisebb mértékű, Szeged vagy éppen Eger esetén nem találkozhatunk jelentősebb számokkal. Az ábrán az is látszik, hogy ezt az értéket a fesztivál látogatószáma nem befolyásolja, hiszen Debrecen vagy Szombathely hiába adott otthont 100 ezer vagy annál nagyobb látogatószámú rendezvénynek, a megszokotthoz képest nem mutat kiugró telekocsi-számokat. A növekedés a 25 ezer fő alatti települések esetén lesz markáns, függetlenül a látogatószámtól – a 20 ezer fő feletti fesztivál-létszámmal rendelkező Orfű és a 3510 fős Bánkitó fesztivált rendező Bánk esetén mindkét esetben megjelenik a növekedés. E mintázat alól a kisebb települések esetén egyedüli kivételt Velence jelent, azonban a nyári időszakban a település eleve magasabb telekocsi-számokat produkál, vagyis a turisztikai szerepköre miatt nem figyelhető meg akkora különbség, mint egyéb települések esetén. Másrészt Velence közlekedési elérhetősége (ERDŐSI F. 1991) kedvező: Budapesthez relatíve közel, vasúti fővonalon helyezkedik el, így az utasok számára valós alternatívát jelenthet a telekocsival szemben a vonat.



● Telekocsi forgalomarány (6 hét átlaga/fesztivál idején)

34. ábra A népeességyszám, látogatószám és telekocsi-utastforgalom változásainak összefüggései a 17 település példáján⁶
Szerk.: Bálint Dóra

A telekocsi-forgalom eseti változásai a fesztiválok rendezvényeinél az 50 ezer fő alatti települések esetén játszanak fontos szerepet, és az alacsony bázisértékek miatt könnyelhetik el a látványos növekedést. A személygépjárművek jobb kihasználtsága miatt mind a forgalom, mind a zajszennyezés csökkenésével járhat a megosztott ülőhely, így ilyen esetekben teljesülhetnek azok a platformokkal kapcsolatban hangoztatott kezdeti elképzelések, miszerint tevékenységük hozzájárul a környezet védelméhez, fenntarthatósági szempontok érvényesüléséhez (MOURAD, A. – PUCHINGER, J. – CHU, C. 2019).

A platform használata korábbi, főleg informális úton szerveződő, eseményekhez kötött telekocsizást vált ki, illetve az ismeretlenek közti megosztás révén egy korábbiakhoz képest új típusú alternatívát kínál az utasok számára. Azokat az eseményeket, melyek fokozott telekocsi-használatot eredményeznek, megosztási ösztönzőknek nevezem. A fesztiválok esetén rövid (néhány napos) és kifejezetten egy-egy helyre összpontosuló, jelentős kereslet-növekedéssel járó időszakok, melyek részben tervezhetők, és az ismeretlenek közti megosztást elősegítő platformok számára a tranzakciók növekedését hozzák magukkal. Ahogy az előző ábrán látható, a fesztiválokön kívül más csoportok is kötődnek ide, azonban a nyári-téli szezonális a szabadságok, valamint a munka és oktatás céljából történő keresletváltozások időben és térben is jobban elhúzódnak.

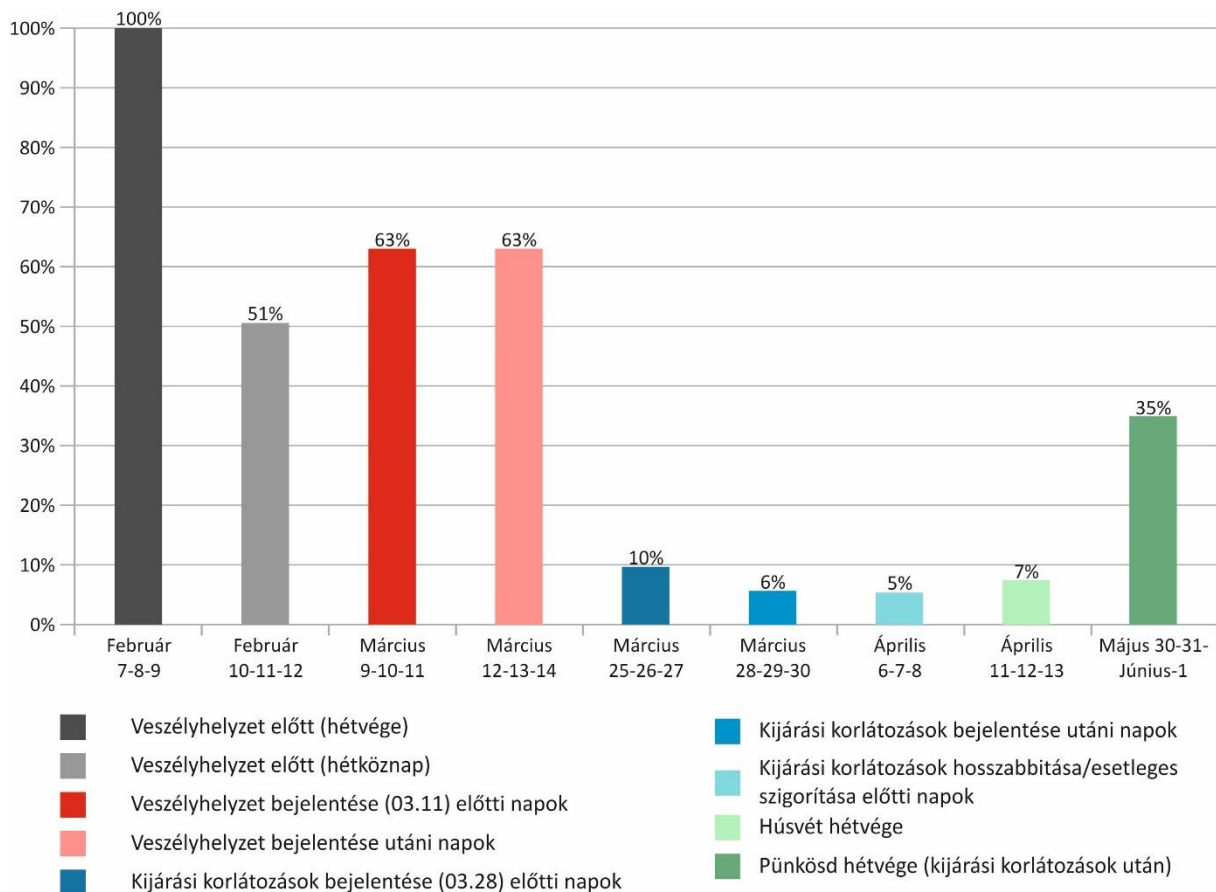
⁶ A körök mérete a fesztivál előtti és utáni három-három hét átlagának és a rendezvény hetén mért forgalomnak a százalékos arányát fejezi ki.

5. 3. 3. 2. A platformok kereslet-alapú változékonysága a COVID-19 első hullámának példáján

A platformok keresletalapúsága tehát mind szezonálisan, mind eseményekhez kötődve megjelenik az adatokban, de a változások természetesen nem csak egyirányúak lehetnek. A platform forgalmának csökkenését eddig főként a téli időszakban, az iskolai szünet alatt lehetett kimutatni (BÁLINT D. – TRÓCSÁNYI A. 2016), azonban a COVID-19 hazai 2020-as első hulláma és a nyomában járó korlátozások ennél jóval jelentősebb visszaesést eredményeztek az utasszámokban. A járványhelyzet ráadásul egyszerre érintette a keresleti és kínálati oldalt, valamint az összes mobilitással kapcsolatos területet (közösségi közlekedés, turizmus visszaesése, digitális oktatás és munka megjelenése), melynek következtében mind a légi, mind a szárazföldi közlekedés jelentős visszaesést szenvedett el (BUDAPEST AIRPORT 2020) forgalomcsökkenés éppen ezért nem a platform sajátossága, valamennyi közlekedési módban megfigyelhető (MAGYARBUSZINFÓ 2020), azonban a telekocsi-adatok alapján jól dokumentálható a lakosság országon belüli mozgása és számos, az első hullámra jellemző folyamat is visszaköszön a térképeken. A térbeli mozgás drasztikus lecsökkenését mobiltelefonadatokra támaszkodva összehasonlító tanulmányokban elemezték (SANTAMARIA ET AL. 2020) illetve egyes országokra fókuszáltnak is vizsgálták. Utóbbi példák közé tartoznak Olaszország (CACCIAPAGLIA, G. 2020), Ausztria (HEILER, G. ET AL 2020) és az Egyesült Királyság (JEFFREY, B. ET AL 2020) területét lefedő kutatások. Megállapítható tehát, hogy előtörték olyan smart-vizsgálatok, melynek alapjai a technológia segítségével gyűjtött és tárolt nagy mennyiségű adatok az elemzés fontos részeit képezik.

A platform működését hivatalosan nem érintették a korlátozások, végig legálisan működhetett, így az adatok arra is alkalmasak, hogy a lakosság viselkedését, utazáshoz való hozzáállását nyomon kövesse ebben a szegmensben.

A drasztikus visszaesést az alábbi ábrán mutatja, mely alapján a veszélyhelyzet bejelentése előtti időszakhoz képest az első hullám idején, március végére több mint 90%-kal csökkent az OSZKÁR-on lefoglalt ülőhelyek száma.



35. ábra A telekocsiforgalom változásai az első járványhullám idején ű

Szerk.: Bálint D.

Az oszlopok háromnapos időintervallum összesített adatait tartalmazzák, az összehasonlítás bázisértéke egy február eleji (2020. február 7-8-9.) hétvége, ehhez viszonyított a többi időpont forgalma. A diagrammon a munkaszüneti és a munkanapok közti (első két oszlop) utasszámokban különbség rajzolódik ki, mely a hosszútávú telekocsizás sajátosságaiból adódik (az eredmények első részében megállapított belföldi utak jellemzően népesebb városok közt megtett, 100 km-nél hosszabb utazások, szemben az inkább hétköznapokra jellemző rövidebb távú, agglomerációból történő ingázással). A hétvége forgalmának kiugrása tehát egy időbeli eltérést is jelez az OSZKÁR platformjának esetében. A március eleji, veszélyhelyzet bejelentése előtti és utáni hétköznapok adatai még enyhe növekedést könyvelhettek el, melynek okaira a későbbiekben, a részletesebb térképes elemzés során fogok kitérni. A kijárási korlátozások bejelentése a diagrammon már nem okozott további drasztikus forgalomcsökkenést, a megelőző napok adatai azt tükrözik, hogy a platformon való utazás már előtte jelentősen visszaesett, bár az érték így is tovább csökkent 4%-kal. A kijárási korlátozásokra az olyan, jellemzően nagyobb forgalmat generáló időszakok, mint a húsvét hétvége sem tett különösebb hatást, ami a lakosság fegyelmeztségére vezethető vissza.

A járványhelyzet magával hozta az utazási motivációk átalakulását is, melyhez kapcsolódóan a platform tevékenysége két irányból ítéhető meg. Egyrészt a telekocsizás előnyösebb utazási forma lehet, hiszen a zsúfoltabb közösségi közlekedés eszközeihez képest kevésbé kockázatos használata, mivel egyszerre kisebb számú utazó tartózkodik egy légtérben. Ezt a regisztrált felhasználókat vizsgáló kérdőív eredményei alátámasztják. A kitöltők arra a kérdésre, hogy: „*Ha járványhelyzet idején feltétlenül utaznia kell az országon belül milyen közlekedési eszközt részesít előnyben?*” mindössze 14,4%-ban neveztek meg tömegközlekedési eszközt (vonat), a buszközlekedést pedig egyikük sem jelölte meg. Ezzel szemben a saját személygépjárműhasználat (62,5%), ismerősökkel munkatársakkal, valamint platformon történő telekocsizás pedig 23%-ot kapott.

Fontos megemlíteni, hogy a járványhelyzet egy újfajta kihívást jelenthet a platformok számára, mivel az idegenekkel való közös utazás egy időleges belépési küszöböt képezhet a platformra. A járványhelyzet tehát megváltoztatta az utazási szokásokat (IPSOS 2020), melynek hosszú távú következményei nem egyértelműek, további kutatások tárgyát képezhetik. Ahogy az ábráról is leolvasható, a korlátozások bejelentése után a forgalom ismét növekedésnek indult, habár május végén még nem közelítette meg a veszélyhelyzet előtti, februári szintet, mely több okra vezethető vissza, többek között a távmunka terjedésére, az utazási motivációk változására, valamint a mobilitás általános csökkenésére az általános bizonytalanság következtében.

A telekocsiforgalom drasztikus csökkenése tehát külső hatásra ment végbe, így a viszonylatok területi mintázatai a lakosság térhasználatára és országos viszonylatban megjelenő folyamatokra is rávilágítanak. Az általam kiküldött kérdőív válaszai alapján a telekocsizók 80%-a az első hullám ideje alatt nem azért nem használta a platformot, mert nem találta biztonságosnak, hanem mert a kijárási korlátozások miatt amúgy sem utazott volna.

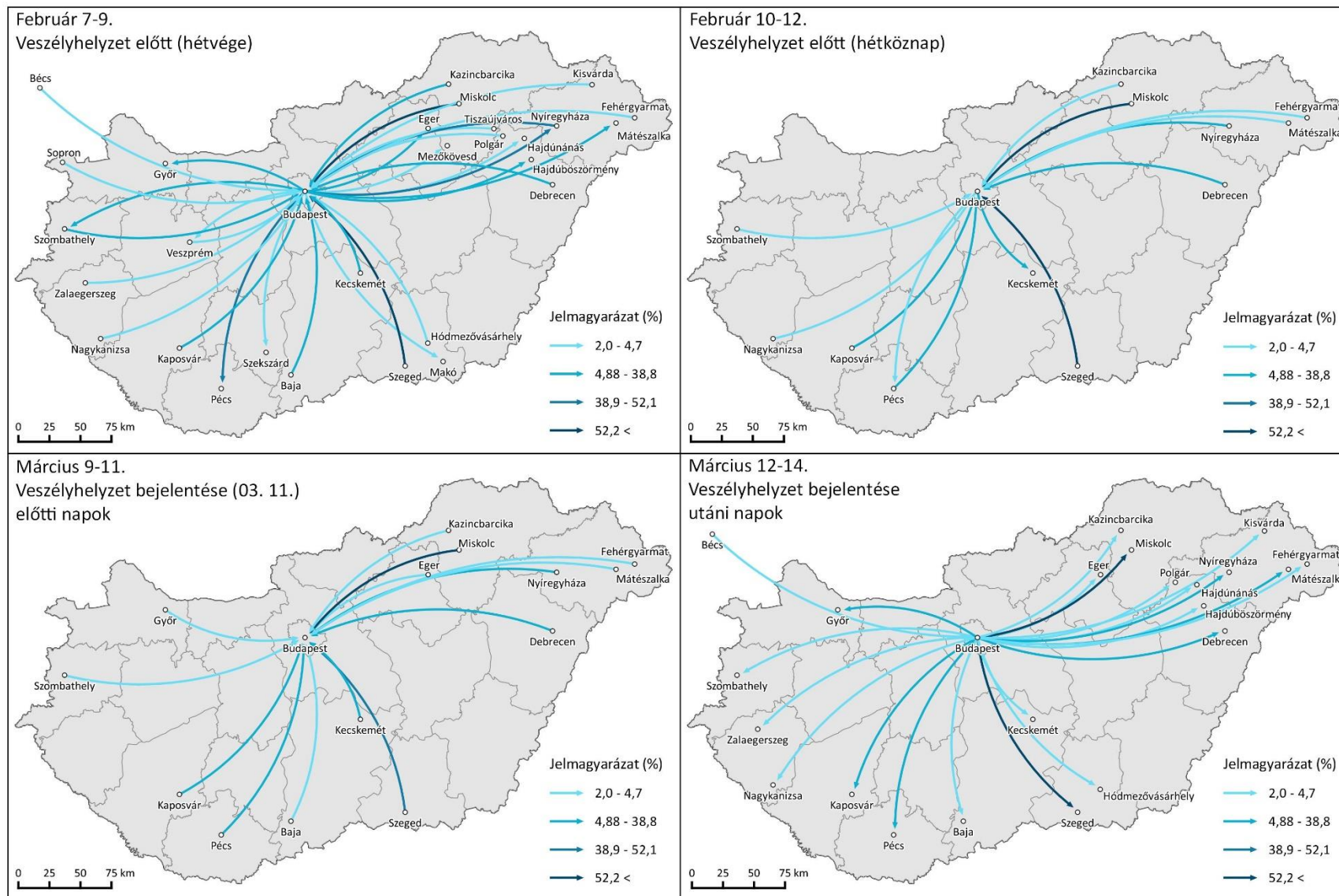
A bázishévtéve népszerű utazásait vizsgálva látható

(36. ábra), hogy a mintázat követi a korábbi lekérdezések területi sajátosságait (északkelet-magyarországi települések, egyetemvárosok dominanciája), egyedül a szezonon kívüli időpont miatt a szeptemberi adatokhoz képest a Balaton-parti települések esetén figyelhető meg differencia. A térképek a Miskolc – Budapest legnépszerűbb viszonylathoz való arányosított értékeket tartalmazzák, vagyis az összes utazás ennek az egy viszonylat február eleji értékéhez arányosított, melynek célja az összehasonlíthatóság. A térképeken a viszonylat lefoglalt ülőhelyszámainak legalább 2 %-át elérő arányát jelenítettem meg.

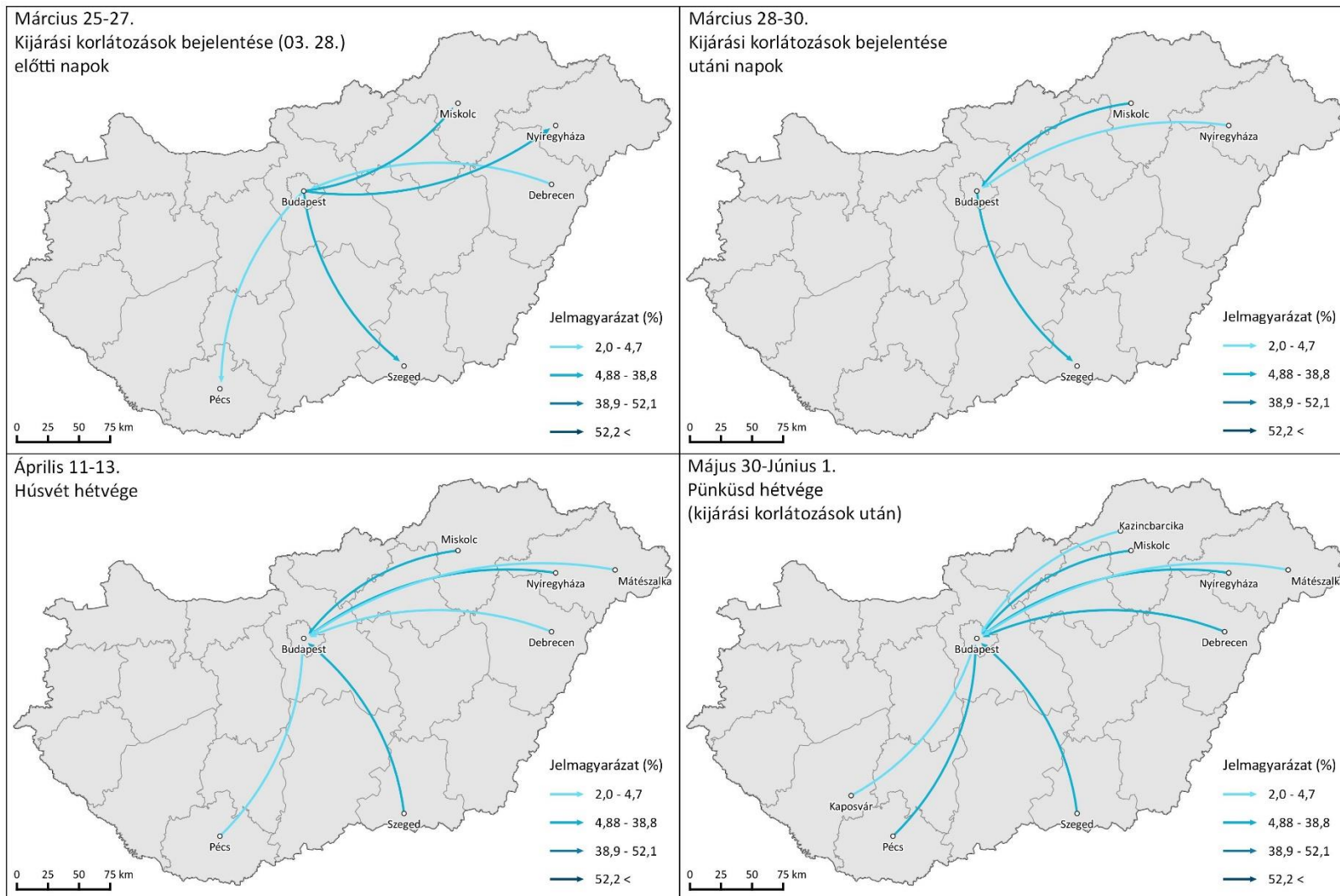
A Miskolc – Budapest országosan kiemelkedő utasszámának oka (2019-2020-ban) a kritikus tömeg mellett egy másik tényezőre, az érintett vasútvonal felújítására vezethető vissza. Az

adatbázis alapján a korábbi években a két település közti telekocsiforgalom alacsonyabb volt, országos összesítésben csupán a 4. helyen szerepelt (lásd: 2017 szeptemberi táblázat).

A veszélyhelyzet bejelentése előtti, februári hétköznapi telekocsiforgalom az előzőhöz képest már jóval kevesebb települést tartalmaz, zömmel a nagyobb népességszámú városok, regionális központok jelennek meg, valamint olyan perifériális, közlekedési árnyékhelyzetben fekvő települések, mint Fehérgyarmat, Mátészalka vagy Kazincbarcika. Itt is kiemelkedik Miskolc és Szeged a nagyobb városok közül.



36. ábra A viszonylatok területi alakulása az első járványhullám idején (veszélyhelyzet) – Szerk.: Bálint Dóra Kartográfia; Szabó T.



37. ábra A viszonylatok területi alakulása az első járványhullám idején (kijárási korlátozások) – Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

A veszélyhelyzet bejelentését közvetlenül megelőző napokban nem könyvelhető el nagyobb változás, a népszerű viszonylatok közül néhány viszonylat számai csökkenésnek indultak (pl. Szeged – Budapest), de megmaradt a főváros felé irányuló forgalom. A bejelentés utáni napok esetén azonban komoly változás figyelhető meg az utak irányában: a népszerű telekocsi utak mindegyike erőteljes, Budapestről kifelé irányuló mozgást mutat, mely együttesen több okra vezethető vissza. Kivételt ez alól egyedül az ausztriai főváros Bécs jelenti, ahonnan a város felé mutató nagyobb utasszám jelenik meg. A települések számának növekedéséhez a hétköznapi hétféle közötti különbség is hozzájárulhat, azonban a viszonylatok döntően vidéki célállomásai már kifejezetten a járványhelyzet hatását mutatják. Az okok közé tartozik a felsőoktatási intézmények bezárása, mely a vidéki tanulók hazaköltözését eredményezte, az irodaházak lezárása, a munkaadók otthoni munkavégzést támogató hozzáállása, mely ugyancsak a fővárosról való kiutazást vont maga után. A Balaton-parti üdülőövezet felé irányuló forgalom ugyanakkor nem jelenik meg. A nyári szezonban tó környéki települések kiemelt telekocsiforgalmat generálnak, ám most ez a járványhelyzetet követő keresletnövekedés részben a kora tavasz miatt nem jelenik meg.

A március 12-14. közötti időpont tehát az addigi, országos mintától jelentősen eltérő képet mutat. A forgalom a későbbiekben, a kijárási korlátozások környékén pedig már a legnépszerűbb viszonylatok esetén is elapadt, azonban még öt város esetén mérhető volt. A március végi, 25-27. közötti viszonylatok ugyanúgy a centrális településhálózatot tükrözik vissza. A korlátozások idején a mért időpontokban az utasszámokban való mélypontot a március végi kijárási korlátozások utáni napok jelentették, ami az országon belüli mobilitás jelentős leállítását eredményezte, ez pedig az utasforgalomban is visszatükröződik: a Dunántúl települései eltűntek, a legjelentősebb viszonylatok közül három maradt meg, de a korábbiaknál lényegesen szerényebb számokban.

A kijárási korlátozások idejére esett húsvét hétféle viszonylatai esetén is érzékelhető a belföldi személyi közlekedés bezuhanása, ugyanakkor az ünnep hatására nagyobb és már Budapest felé irányuló forgalom jelent meg. A telekocsi-utasszámokra a repülőtér forgalmának jelentős visszaesése is hatással volt, a viszonylatokat tartalmazó adatbázisban Liszt címszóval jelölt desztináció teljesen eltűnt.

Másfél hónappal később, a kijárási korlátozások vége után látható a forgalom lassú növekedése, mely azonban a veszélyhelyzet előtti szintet nem közelíti meg. Ennek részben a lassú visszarendeződés az oka, illetve rámutat arra, hogy a digitális oktatás, távmunka, vagyis az online tér felértékelődése milyen hosszabb távú hatásokat eredményezhet az offline mintázatokban. A februári térképhez képest Északnyugat- és Nyugat-Magyarország régiói nem

mutatnak komolyabb utasszámokat, az északkeleti régiók forgalma azonban sokkal hamarabb tér vissza. Az eredmények alapján ezek a területek tudnak a keresleti oldalról olyan kritikus tömegeket adni, ami a platform utasszámainak emelkedésével jár. A térképeken azonosíthatók olyan megyék is (Nógrád, Veszprém, Békés), amelyek egyetlen időpontban sem generáltak a Miskolc – Budapest utasszámhoz viszonyított jelentősebb telekocsiforgalmat, ami egyértelműen a népességszámmal hozható összefüggésbe, ezek a közigazgatási egységek nélkülözik a településhierarchia magasabb fokán lévő regionális központokat. A telekocsizást tehát nem csak pozitívan, de negatívan is befolyásolhatják külső hatások, melyek közül a hazai járványhelyzet első hulláma egyértelműen megmutatkozik, mint a lefoglalt ülőhelyek számában, mind a viszonylatok földrajzi mintázataiban.

A külső hatásra történő keresletcsökkenés azonban ahogy látható volt, nem egyenletesen ment végbe, hanem a veszélyhelyzet bejelentése után egy nagyobb visszaeséssel, mely alapján tehát összesen három nagy szakaszra osztható a tavaszi mobilitásban bekövetkező változás a platformon:

1. Lassú csökkenés – a veszélyhelyzet bejelentése előtti időszakhoz kötődően, melyre jellemző az utasszám csökkenése, ugyanakkor a viszonylatok változatlanok
2. Mobilitás-intenzív – a veszélyhelyzet bejelentése utáni napok: úticélok megváltozása (vidéki célállomások felértékelődése)
3. Visszaesést követő alacsony aktivitás – a kijárási korlátozások időszaka: utasszámok és viszonylatok csökkenése
4. Lassú éledezés – kijárási korlátozások vége: utasszámok és desztinációk lassú emelkedése

5. 3. 4. Területi mintázatok lokális szinten

Az előző fejezetben bemutatott országos szintre koncentráló elemzések tehát az általános telekocsi mintázatot mutatták be, ahol többek közt azonosítottam a legfontosabb, a platform területi sajátosságait meghatározó tényezőket, a kereslet-alapúságból adódó időbeli eltéréseket, illetve az ezekhez kapcsolódó eseti mintázatokat. Az online tranzakciók offline, települések között megvalósuló utazásaira koncentráltam, mely a megosztott ülőhely révén új forgalmat csak minimálisan generálnak, jellemzően a közösségi közlekedéstől vonnak el utasokat (lásd: kérdőívek eredményei). Kivételt jelentenek ez alól az üzleti sofőrök, akik már nem költségcsökkentés, hanem profitszerzés céljából hirdetnek meg új utakat a platformon keresztül, ezáltal egy, a magánbusztársaságokhoz hasonló szolgáltatást hoznak létre, ahol a az utazás az OSZKÁR-on keresztül valósul meg. Most, ebben a részben a telekocsi-utazások egy másik aspektusára koncentrálok: a viszonylatok kezdő és végpontjaira, vagyis a ki- és beszállásokat lebonyolító közlekedési pontokra (TÓTH J. 2002), melyek a lokális térben jelennek meg és változást generálnak. Ezek a platform esetében olyan pontok, ahol az online tranzakció új interakciót hoz létre jellemzően lakott területeken, településeken belül (38. ábra). A felvevő- és érkezési pontok jelenítik meg az OSZKÁR esetén azokat a helyeket, ahol a platform révén megvalósuló tranzakciók közvetlen, offline leképeződései vizsgálhatók. Ahogy az ábra bemutatja, ezek a közlekedési pontok (jelen vizsgálatban és a továbbiakban: találkozási helyek) különböznek mind az utas, mind pedig a sofőr valós indulási és érkezési helyeitől, de jellemzően egy településen belül helyezkednek el.



38. ábra A telekocsi-utazások találkozási pontjainak keresztmetszeti ábrája (felvevő- és érkezési pont)

Szerk.: Bálint D.

A telekocsizás nem csupán a menetrend tekintetében rugalmasabb a közösségi közlekedéshez képest, hanem az indulás és érkezés helyszíne is változhat. Ahogy a korábbi eredmények rámutattak, a telekocsi-forgalom itthon összefüggést mutat a népességszámmal, ezért a lokális hatást is a magyarországi megyei jogú vagy annál magasabb jogállású településeken vizsgálom. Az alábbi táblázat tartalmazza az öt vizsgált települést két változó mentén (10 táblázat) – a kiválasztás okai az előző, módszertani fejezetben találhatóak.

11. táblázat A településhierarchiában elfoglalt helyzet és az abszolút számok alapján mért telekocsi forgalom

Szerk.: Bálint D.

Kategória	Településhierarchiában elfoglalt helyzet	Telekocsi forgalom	Vizsgált városok
1.	Regionális központ	Nagy	Szeged
2.	Regionális központ	Közepes	Debrecen
3.	Megyei jogú város	Közepes	Kecskemét
4.	Megyei jogú város	Alacsony	Sopron
5.	Megyei jogú város	Alacsony	Tatabánya

5. 3. 4. 1. Közös elemek – a találkozási helyek jellemzői

A telekocsi hirdetések alapján tisztított és leválogatott találkozási pontok (érkezés és indulás együttesen) alapján a hazai városok esetén egy közös mintázat azonosítható a lokációkat illetően, mely a vizsgált települések öt legnépszerűbb találkozási pontjait vizsgálva rajzolódik ki. Elsőként ezeket a vonásokat mutatom be, mielőtt az egyes települések területi, egyedi mintázatait elemezném. A táblázat tükrében az alábbi megállapítások fogalmazhatók meg.

- (1) A találkozási helyek mind az utas, mind a sofőr számára *könnyen megközelíthető közlekedési csomópontok* a platform profiljához kapcsolódó tranzakciói jellege (utazás) miatt, melyek közel helyezkednek el a főközlekedési tengelyhez.
- (2) Az utazásból kifolyólag a találkozási pontok *jelentős parkolói kapacitással* rendelkeznek és jellemzően valamilyen kereskedelmi funkció is megjelenik környékükön (pl. bevásárlóközpont, étterem stb.) vagyis olyan tértípus, amely alkalmas arra, hogy a sofőr és utas is várakozhasson, ebből következően ezek ingyenes parkolók, azok pedig jellemzően közlekedési csomópontokhoz és nagyáruházakhoz kötődnek.
- (3) A busz- és vasútállomások kiemelt szerepe az előző két szempont (megközelíthetőség, parkolás) mellett azt is jelzi, hogy a telekocsi találkozási *helyek intermodális csomópontoknak tekinthetők* – vagyis nem önmagukban generálnak forgalmat, hanem összeköttetésben vannak más közlekedési eszközök hálózataival.

(4) A találkozási pontok esetén megfigyelhető továbbá, hogy azok olyan *egyedi, helyi imázsselemekhez, tájékozódási pontokhoz (landmark) is kötődnek*, melyek az utazók (sofőrök és utasok) mentális térképeiről (LYNCH, K. 1960) gyorsan előhívhatók (pl. Szeged – Megyeháza).

Utóbbi, ahogy (THEBAULT-SPIEKER, J. ET AL 2017) tanulmányukban utalnak a mentális térképek és a megosztáson alapuló gazdaság platformjainak kapcsolatára, mely alapján nem csupán a megadott helyszín esetében játszik szerepet az adott személy városról alkotott szubjektív, a tapasztalatok és térhasználat által dinamikusan változó és egyedi térképe, hanem abban is, hogy bizonyos, a mentális térképekről hiányzó vagy veszélyesnek ítélt területeket a platform sofőrjei kihagyhatják találkozási- vagy köztes megállóállomásaikból.

12. táblázat A vizsgált öt város legnépszerűbb találkozási helyei a hirdetések alapján, Szerk.: Bálint D.

Kategória	Település	Rangsor	Helyszín neve	Hirdetések száma (db)
Regionális központ, nagy telekocsi forgalom	Szeged	1.	CBA bolt	2284
		2.	Autóbusz-állomás	1059
		3.	TESCO parkoló	904
		4.	Megyeháza	764
		5.	Szeged Pláza	677
Regionális központ, nagy telekocsi forgalom	Debrecen	1.	Vasútállomás	1693
		2.	TESCO parkoló	1620
		3.	McDonald's parkoló	702
		4.	Sport Direct Áruház	645
		5.	OMV benzinkút	596
Regionális központ, nagy telekocsi forgalom	Kecskemét	1.	Buszállomás	506
		2.	Auchan parkoló	391
		3.	Penny parkoló	375
		4.	Vasútállomás	202
		5.	Belváros	181
Regionális központ, nagy telekocsi forgalom	Sopron	1.	Vasútállomás	229
		2.	VOLT fesztivál helyszíne	104
		3.	Autóbusz-állomás	90
		4.	TESCO parkoló	62
		5.	OMV benzinkút	57
Regionális központ, nagy telekocsi forgalom	Tatabánya	1.	Vasútállomás	59
		2.	LUKOIL benzinkút	58
		3.	McDonald's parkoló	52
		4.	Autóbusz-állomás	42
		5.	Vértes bevásárlóközpont	30

Az OSZKÁR alapján tehát a tranzakció az offline tér azon pontjaihoz kötődik, melyek már kiépült infrastruktúrával rendelkeznek. A meglévő funkciók (pl. a vizsgált esetben parkolók, központi fekvés) lehetővé teszik azt, hogy a kereslet változásai következtében megjelenő forgalomnövekedést a helyszín és környezete is elbírja.

A platformok interakcióinak lokális – valós terekben megjelenő – leképeződéseit olyan tereknek tekintem, ahol az internet által megjelenő, ismeretlenek közti megosztás következtében egyes tértípusokban a tranzakció offline sűrűsödési pontokat alakít ki, melyek sokféleképpen tipizálhatók.

A platform jellege erőteljesen meghatározza területi mintázataikat, hiszen más-más tényezők kerülnek előtérbe egy közlekedéshez, szállásadáshoz vagy éppen munkához kapcsolódó platform esetén. A találkozási pontok tágabb értelmezésben megfelelnek minden olyan offline interakciónak, mely előzetesen az online térben szerveződik és mely horizontális jellege miatt a földrajzi vizsgálatok megkerülhetetlen eleme az információs korban. Jelen disszertációban ezt a folyamatot kizárólag az online, megosztáson alapuló platformok esetén vizsgálom, mivel ezek a tevékenységek az egyes szervezetek által jól lehatárolhatók, dokumentáltak, vagyis lehetővé teszik a részletesebb elemzést. A keresletérzékeny platformok megjelenése térszövetben mind kvantitatív mind kvalitatív módszerekkel nyomon követhető és egyes tértípusok gyors fel-, valamint leértékelődését vonja maga után, mely konfliktusokat okozhat a platformokat nem használó helyi lakosok és az alkalmazás felhasználói között.

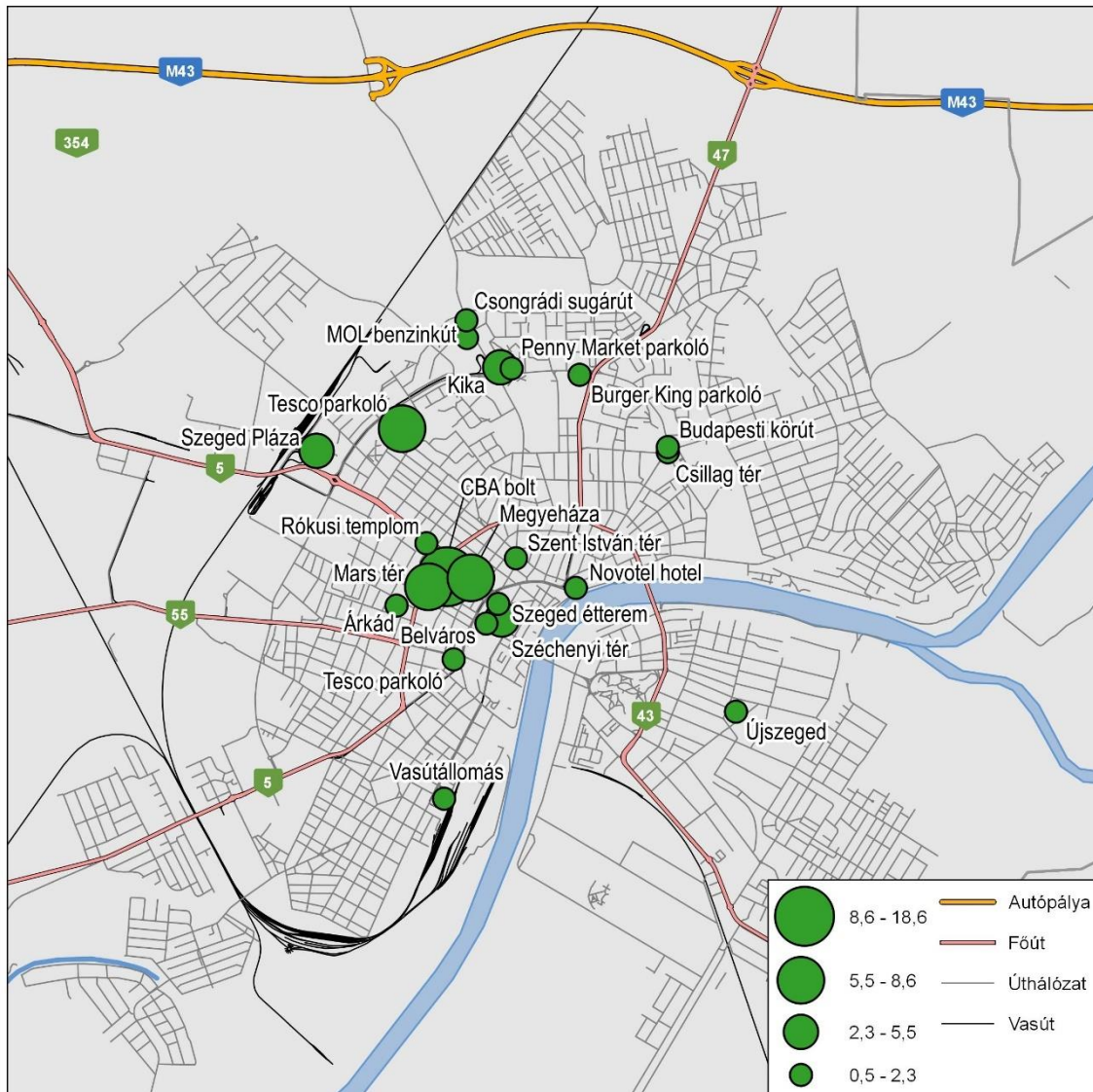
A következőkben hazai városok példáján keresztül térképek segítségével elemzem az OSZKÁR megosztási tereinek mintázatait.

5. 3. 4. 2. A találkozási helyek területi mintázatai öt hazai vidéki város példáján

Az előzőekben a népszerű találkozási pontok típusára fókuszáltam, most pedig azok területi elhelyezkedését mutatom be öt (legalább megyei jogú, de sok esetben regionális jelentőségű, jelentősebb központi funkcióval rendelkező) várost (Szeged, Debrecen, Kecskemét, Sopron, Tatabánya) vizsgálva. A területiséget determinálja a találkozási pont típusa, hiszen a könnyű megközelíthetőség vagy éppen a közösségi közlekedésre való átszállás lehetősége révén azok elsősorban a busz- és vasútállomások közelében, illetve a forgalmas utak mentén helyezkednek el. A fentebb említett négy megállapítás mellett azonban további földrajzi tényezők is meghatározzák egy településen a találkozási helyek koncentrációját. Ezek két nagy csoportra oszthatók: egyrészt ide tartoznak a természetföldrajzi adottságok (pl. domborzat), illetve a markánsabb társadalomföldrajzi tényezők, mint például az adott település épített öröksége

(történelmi városmag kiterjedése, épített örökség) tehát összefoglalóan a településföldrajzi sajátosságok. A mintában szereplő települések ráadásul nem csak morfológiájukban különböznek egymástól, hanem telekocsi-utasszámokban is, vagyis a találkozási pontok forgalma is eltér. Mindezek következtében az elemzés során mindhárom tényezőt, a településföldrajzi, a közlekedési, valamint a telekocsi oldalt is figyelembe veszem, hogy minél komplexebb képet kaphassak a tranzakciók lokális megjelenéséről. A találkozási helyek vagy megosztási terek olyan organikusán létrejött intermodális csomópontként szolgálnak, melyek visszatükrözik a platform felhasználóinak térhasználatát. Körüket két nagy csoportba lehet sorolni. Egyrészt olyan csomópontokat jelölnek, ahol korábban hasonló léptékben nem létezett közlekedési mód váltása, ilyenek például a nagyáruházak parkolói, másrészt pedig már eleve ilyen célt (is) szolgáló tereket (pl. állomások) új funkcióval töltenek fel. A térképeken a 0,5%-nál gyakoribb említéseket jelenítettem meg, melyek közül egyedül az „egyéni” válaszlehetőséget nem ábrázoltam. A következő oldalakon egyenként mutatom be ezeket a pontokat mind az öt település esetén.

Regionális központ, nagy telekocsi forgalommal: Szeged



39. ábra Szeged és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

Szegedre a fővároshoz hasonlóan, a sugaras-gyűrűs városszerkezet jellemző, melyet a Tisza vág ketté, CSAPÓ T. (2005) tipizálásában nyugati típusú városok körébe sorolja. A struktúra mai alakját az 1879-es nagy árvíz pusztítását követő dualizmus kori újjáépítés során nyerte el és mely az adott kor építészeti és várostervezési törekvéseit tükrözi. A Tiszától Keletre fekvő Újszeged városrész elsősorban lakó- (pl. Marostói városrész) és rekreációs funkciókkal (pl. fürdő, Erzsébet liget) rendelkezik. A folyó másik oldalán, a Belvárosban és környékén (központi üzleti negyed) összpontosulnak a kereskedelmi, közigazgatási, oktatási, valamint közlekedési funkciók. Szintén itt található Szeged ikonikus városképi elemei (pl. Széchenyi tér) vagyis a szűkebben vett városközpont, melyek a városképet meghatározó, közismert

épületeknek adnak helyet. Szeged esetén a belvároshoz kötődnek az egyetemi épületek, mely mintázat ilyen homogéne a vidéki városok közül egyedül itt figyelhető meg a belvároson belül is jól elkülönülve (CSAPÓ T. 2005). Ennek következtében a telekocsi találkozási pontok is a Tisza jobb partján, a belső körgyűrű és az 5-ös főút találkozásánál koncentrálódnak. A vizsgált településeken általánosan megfigyelhető a vasútállomás népszerűsége a telekocsi-találkozási helyekben, mely azonban Szeged esetén nem jelenik meg a többi négy vizsgált településhez képest markánsan. Ennek oka lehet a vasútállomás elhelyezkedése, Szegeden a többi ponthoz képest relatíve perifériális fekvése. A város fejlesztési koncepciójában ugyanakkor a pályaudvar környezete képezi azt a területet, melynek intermodális csomóponttá fejlesztését a dokumentumban konkrét intézkedésekkel kívánják erősíteni (SZEGED ITS 2020). Az anyagban a fenttartható közlekedés témakörén a külső elérhetőség javítása és a város belső közlekedési kapcsolatainak fejlesztése, a közlekedésminőség javítása kap helyet. Ez a valós térhasználatban azonban nem tükröződik vissza az OSZKÁR találkozási pontoknál, mely arra utal, hogy a fejlesztési koncepció készítése során nem vesz tudomást az internetes platform offline találkozási helyeinek mintázatáról. A legnépszerűbb találkozási pontok a Belváros közelében, a körút és az 5-ös út találkozásánál helyezkednek el. Az online terepbejárás során látható, hogy a népszerű ki- és beszállási helyként megjelölt terület a Sing Sing diszkó, mely olyan könnyen beazonosítható hely mellett található, mint a Vásárcsarnok. Tőlük gyalogos távolságra, öt percre helyezkedik el az Árkád bevásárlóközpont diverz szolgáltatásokkal és várakozásra alkalmas nagy kapacitású parkolóval.

A Tisza erősen meghatározza, mintegy elvágja a megjelenített találkozási helyeket – azok a város nyugati részén található, az M5-ös autópálya kivezető utak irányában csoportosulnak. A folyó két partjának összekötését feltehetően a két meglévő híd nem biztosítja megfelelően.

A periférikus részeken, a külső szolgáltató övben elhelyezkedő bevásárlóközpontok, ahogy a térképes elemzés során is megfigyelhető, fontos szerepet játszanak a telekocsi-találkozási helyekben. Olyan szubcentrumoknak tekinthetők, melyek rendkívül kedvező sajátosságokkal rendelkeznek a platform tranzakciói számára, hiszen eleve a városból ki- és bevezető utak mellé települtek. Ezek olyan, főként külföldi érdekltségben lévő kis- és nagykereskedelemmel foglalkozó hipermarketek, amelyek az 1990-es évek elejétől jelentek meg a hazai vidéki városokban (CSAPÓ T. 2005). A vizsgált megyei jogú városok esetén pedig ezek már minden esetben kiépültek. A mintázat alapján a belvároson, a Mars tér és környéke (táblázatban autóbusz-állomás címszó) az a helyszín, amely jelentősen kiemelkedik a helyi ki- és beszállási helyek közül, itt tapasztalható a legnagyobb forgalomnövekedés. A tér és környezete, ahogy az ábrán látható, ötvözi azokat a tulajdonságokat, melyek egy találkozási pontot népszerűvé

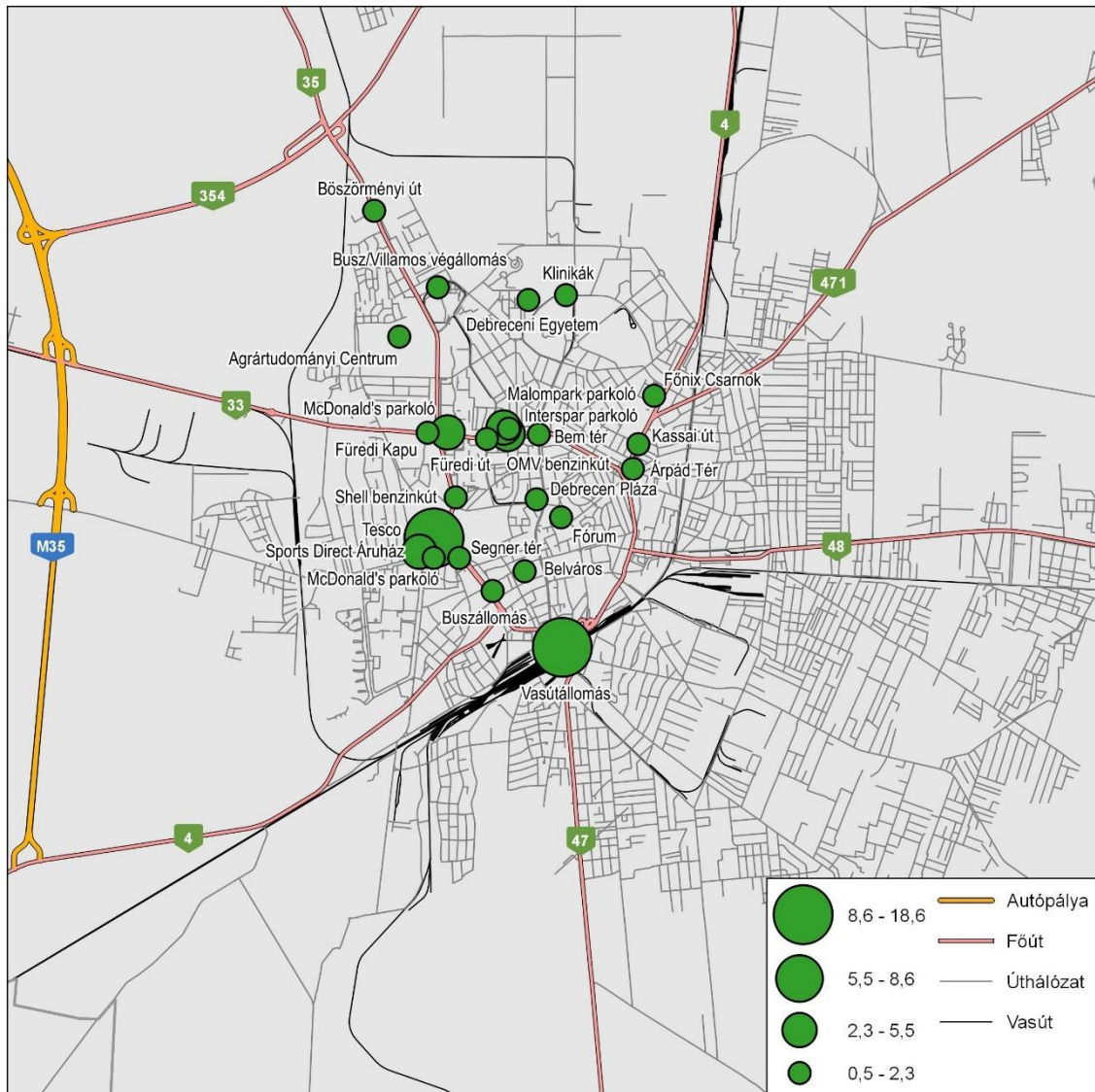
tesznek a platform esetén. Közel helyezkedik el a belvároshoz, a buszpályaudvar mellett található, vagyis biztosított az átszállás távolsági autóbuszjáratokra, nagy kapacitású parkolóval rendelkezik és kiépült kereskedelmi funkciók övezik (piac, kiskereskedelmi egységek).



40. ábra A Mars tér és környéke (Szeged)

Szerk.: Bálint D., Forrás: Google Maps

Regionális központ, közepes telekocsi forgalommal: Debrecen



41. ábra Debrecen és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

A mintában szereplő legnépesebb, nagyvárossá vált egykori mezőváros (CSAPÓ T. 2005) Debrecen, mely azonban a vizsgált időszakban a szegedinél alacsonyabb telekocsi számokat tudhat magának (lásd: országos szint, táblázat) vagyis lakosságárányosan közepes telekocsiforgalom jellemzi. Ahogy a térképen látható, a település esetén három nagy koncentráció azonosítható, melyek mind a városközpont peremén helyezkednek el (ezek a vasútállomás, a Tesco és környéke, valamint a Füredi kaputól keletre található pontok). Debrecen mai városképét, ahogyan más hazai városok esetén is, meghatározza a belvárost körülvevő szabályos alakú, tervezett tömbös beépítésű lakótelepek látványa, a szétfolyásból adódó jelentősebb területi kiterjedés és összességében a posztmodern városokra jellemző, mind

funkciókban, mind épített környezetben megjelenő mozaikosság. Ahogy Szegednél, itt is megfigyelhető a kivezető utak jelentősége, melyre felfűződnek a jelentősebb találkozási pontok (33-as, 4-es út, amelyek direkt kapcsolatot teremtenek az M35-ös autópályával). A Tisza (szegedi) szerepét itt a 4-es út veszi át, attól keletre nem azonosítható népszerű ki- és beszállóhely, a városszövet itt még lazább, így az nem képes kitermelni a találkozáshoz szükséges kritikus tömeget. A városban két helyszín emelkedik ki számokban, ezek a vasútállomás és Tesco parkoló. A helyszínek nagyjából egyenlő távolságban, a 4-es út közelében helyezkednek el, mely az M35-ös autópályára vezet rá. Környezetüket tanulmányozva látható, hogy a vasútállomás egy másik fontos közlekedési csomópont, ami a 47-es út és a belváros határában fekszik, jól megközelíthető helyen.

A vasútállomás és környéke, valamint a bevásárlóközpont is kiépült infrastruktúrával rendelkezik, utóbbi esetben nagy kapacitású parkoló található. A vasút esetében a fekvés és átszállás lehetősége játszik fontos szerepet, kapacitása kisebb. A virtuális terepbejárás során megfigyelhető, hogy a vasútállomás Debrecenben fontos intermodális csomópontként szolgál busz- és villamosmegállóval. Mindkét helyszín (vasútállomás, Tesco parkoló) környezetében vegyes funkcióval rendelkező területek találhatók, például családi házas és tömbös beépítésű lakóövezetek, kereskedelmi és közigazgatási funkcióval bíró központ. A Tesco nagy kapacitású parkolóval, a bejáratnál fedett hellyel és szolgáltatásokkal rendelkezik.

Debrecen példáján keresztül tehát kijelenthető, hogy a legjelentősebb pontok a belső lakóöv szomszédságában fekszenek, így a platform tranzakciójában részt vevő utasok számára is könnyen megközelíthetők. A város integrált városfejlesztési stratégiája a vasútállomás környékét kiemelt fejlesztési területként kezeli. Ez a dokumentum, ahogy a szegedi sem veszi figyelembe a platformok lehetséges hatásait, a városi terekben megjelenő telekocsi-találkozási helyeket (DEBRECEN ITS 2020).



42. ábra A Tesco parkoló és környéke (Debrecen)

Szerk.: Bálint D.



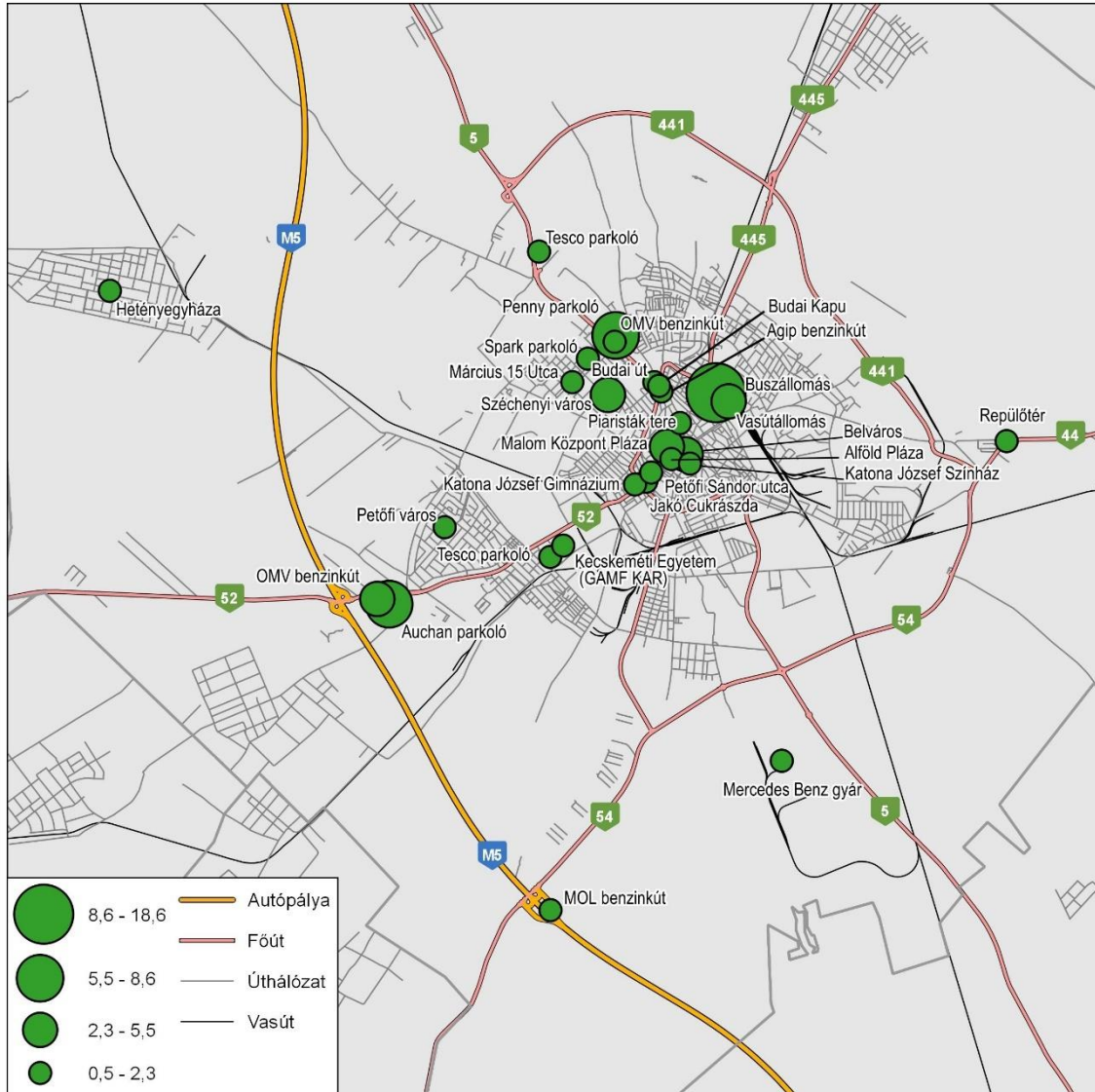
43. ábra A vasútállomás és környéke (Debrecen)

Szerk.: Bálint D.

Debrecen esetén az autópályalehajtóknál található benzinkutak, parkolóval rendelkező területek nem jelennek meg a gyakori említések között, a belváros dominál. Ennek az is magyarázata lehet, hogy a tranzakcióban részt vevők eltérő közlekedési eszközt használnak. Míg a sofőr értelemszerűen személygépjárművel közelíti meg a találkozási pontot, addig az utas rendszerint

máshogyan, gyalogosan vagy közösségi közlekedéssel, esetleg helyben lakik. A platform népszerű találkozási pontjai tehát nem csupán az autós közlekedés számára előnyösek.

Megyei jogú város, közepes telekocsi forgalommal: Kecskemét

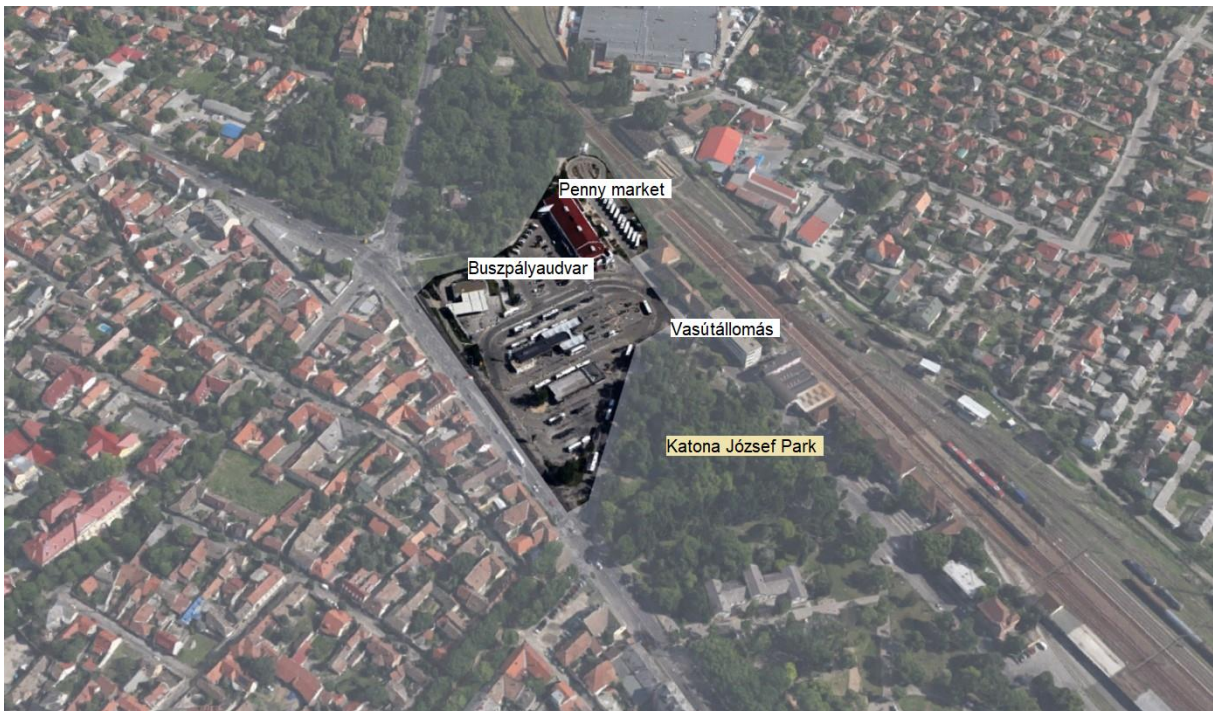


44. ábra Kecskemét és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

Kecskemét őrzi az alföldi nagyhatárú mezővárosok örökségét, többek között a központi térről kiágazó sugaras-gyűrűs szerkezetben és kiterjedésben. A város határában található zöldmezős ipari beruházások közül kiemelkedik a Mercedes Benz gyárterülete. A térkép alapján látható, hogy a népszerű ki- és beszállási pontok követik a városszerkezet sajátosságait és a belvárostól nagyobb távolságra is megjelennek. A belső, központi tér adja a legtöbb pontot tartalmazó koncentrációt, innen ágaznak ki sugárban a fontosabb utak, melyeket három teljes gyűrűben a város keleti oldalán köt össze a nagykörút.

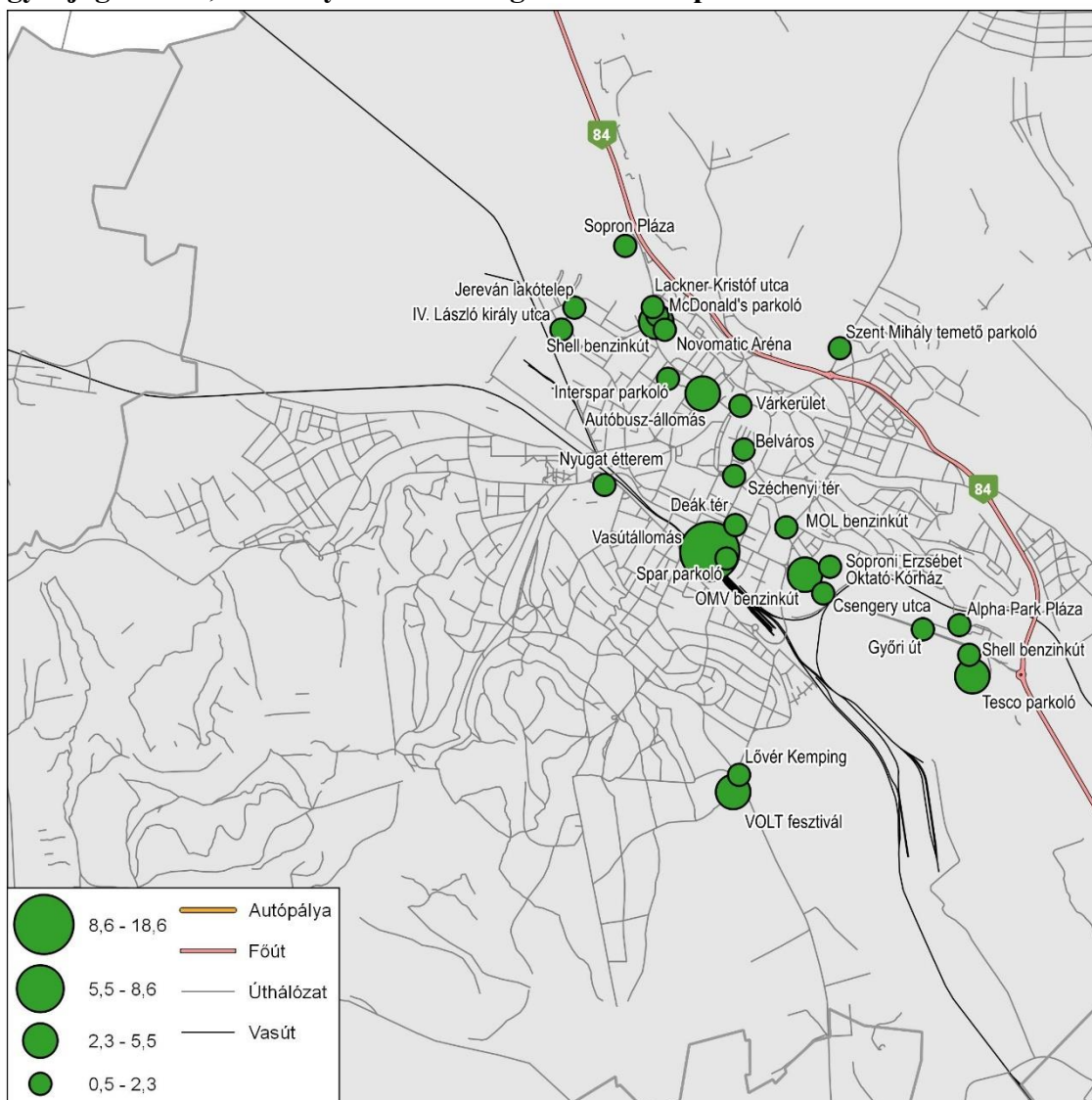
Kecskemét esetén az előző hazai nagyvárosokkal összehasonlítva megfigyelhető egy különbség, mégpedig az, hogy a találkozási helyek a belváros mellett szórta és nagy távolságra találhatóak egymástól. Az M5-ös autópálya közvetlen szomszédságában fekvő benzinkutak is megjelennek a platform népszerű találkozási pontjai között, valamint magas említési gyakorisággal az Auchan parkoló. Ennek ellenére itt is kiemelhető a közösségi közlekedés dominanciája, azon belül is a buszállomás és vasútállomás környéke, melyek Kecskeméten közvetlenül egymás mellett helyezkednek el. E találkozási pontok a belváros felől gyalogosan gyorsan megközelíthetők, a központi helyzet révén az utas és autós számára is könnyen elérhető helyek. A virtuális terepbejárás során látható, hogy a buszállomás környékén benzinkút, élelmiszerbolt is található, vagyis olyan szolgáltatások, melyek egy ki- vagy beszállás esetén az utasnak, sofőrnek is számítanak. A város fejlesztési stratégiájában (KECSKEMÉT ITS 2016) a belvárosi gépkocsiforgalom visszaszorítása, a gyalogos és kerékpáros közlekedés előnyben részesítésének irányába tett célok megfogalmazása jelenik meg. Ennél a településnél is megjelennek emblemikus helyek, mint például a Katona József Színház, amely a központi fekvés mellett olyan építészeti vonással is rendelkezik, mely mind a helyi, mind az átutazó telekocsizók számára is jól azonosítható találkozási pontként jelenik meg. A dokumentum a platform-alapú telekocsizásról a városi és a helyközi közlekedés részeknél sem tesz említést, az autóforgalom csökkentésének terve pedig azt is előrevetíti, hogy a meglévő népszerű ki- és beszállási pontok a belváros egyes területéről kiszorulhatnak.



45. ábra A vasútállomás és környéke (Kecskemét)

Szerk.: Bálint D. Forrás: Google Maps

Megyei jogú város, alacsony telekocsi forgalommal: Sopron



46. ábra Sopron és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

Sopron esetén a település szerkezetét az előző városokkal ellentétben a tagolt domborzat erősen meghatározza. A találkozási helyek többsége a város központi, történelmi, zárt sorú, többszintes beépítéssel rendelkező városmagjában és környékén található. Az említések száma meglehetősen kiegyenlített (a pontok nagysága egy kategórián belül található), egyedül a vasútállomás jelenik meg hangsúlyosabban. Sopron példája azt mutatja, hogy az alacsony telekocsi szám magával vonja a jelentősebb koncentrációk hiányát is, melynek bizonyítására azonban további kutatások szükségesek. A belváros népszerűsége ugyanakkor (ettől függetlenül, hasonlóan az előző városokhoz) itt is megjelenik, ám aszimmetrikusan. Szintén megfigyelhető, hogy a pontok a 84-es számú főút közelében, részben arra felfűzve

helyezkednek el. Miként a város ITS-e is rámutat, ez az út jelentős forgalmat bonyolít le (SOPRON ITS 2020). A fejlesztések és a találkozási pontok a dokumentum elemzését követően Sopron esetében összhangban vannak. A vasútállomás déli oldalán kiépülő új autóbusszpályaudvar és P+R parkoló lehetővé teszi a közlekedési módokról való váltást.

Az általános mintázatból egyedül a kemping területe jelent kivételt, mely a VOLT fesztiválnak köszönhetően generál találkozási pontot. A megosztási terek mintázatai tehát a kereslet változásaira reagálva átrendeződést mutathatnak és olyan terekben is megjelenhetnek, melyek eltérnek az általános mintázattól. A mintázatokat, ahogy Sopron példája mutatja, befolyásolhatja olyan esemény, mely ideiglenesen új találkozási pontokat alakít ki, ilyen Sopron esetén a VOLT fesztivál következtében megjelenő kemping.

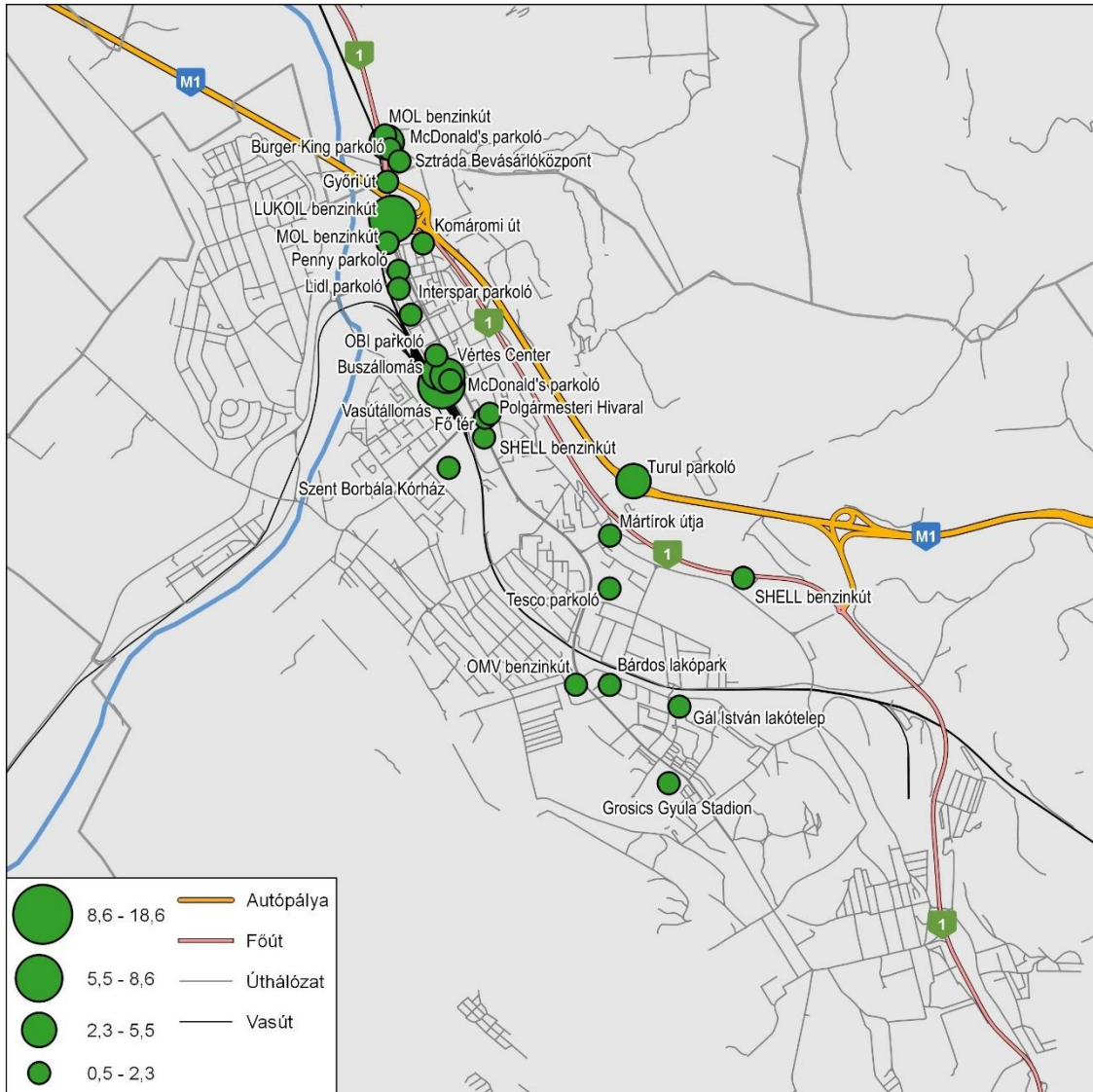
A találkozási pontra a városban jó példa lehet a vasútállomás és környéke. A terepbejárás során azonosíthatók a Debrecenhez és Kecskeméthez hasonló, a vasútállomás környékére jellemző elemek: buszmegálló, élelmiszerbolt (Spar), kisebb kereskedelmi egységek. Ebből következően elmondható, hogy a megosztási terek alapjaiban nem szervezik át a városi tereket, jelentősen támaszkodnak a meglévő, épített infrastruktúrára. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy hosszú távon ne alakíthatna a város arculatán egy-egy platform tranzakciója, de ezek a hatások az OSZKÁR esetén inkább közvetetten jelennek meg.



47. ábra A vasútállomás és környéke (Sopron)

Szerk.: Bálint D. Forrás: Google Maps

Megyei jogú város, alacsony telekocsi forgalommal: Tatabánya



48. ábra Tatabánya és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki.

Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.

Tatabánya, mely a minta városai közül kivétel, hiszen egykori szocialista iparváros morfológiáját – Sopronhoz hasonlóan – jelentősen meghatározzák domborzati tényezők. A Gerecse lábánál egy völgyben fekszik, mely fontos szerepet játszott a település É-D-i irányba nyúló elhelyezkedésében. A város közvetlen határában fut végig az M1-es autópálya, ahogy látható, a találkozási helyek is követik annak ívét a város közigazgatási határán belül. A település rendkívül kedvező közlekedésföldrajzi adottságokkal rendelkezik.

Az alacsony telekocsi szám révén a pontok említése meglehetősen homogén, két találkozási pont emelkedik ki. Egyrészt az autópálya lehatárolásánál közvetlenül található Lukoil benzinkút, másrészt a többi városnál is megfigyelhető vasútállomás. Általánosan megállapítható, hogy

Tatabányánál nagyobb hangsúlyt kapnak a találkozási pontok esetén a benzinkutak, mely arra utal, hogy ennél a településméretnél már nem elsősorban maga a találkozási hely (pl. nagy kapacitású parkoló), hanem kifejezetten az elhelyezkedés a döntő tényező. A virtuális terepbejárás során látható, hogy a Lukoil benzinkút közvetlen környezetében nem található például olyan megálló, amely során az utasok valamilyen közösségi közlekedési eszközre tudnának átszállni. Ez a találkozási pont tehát már egy olyan alternatívát jelent, mely a busz- vagy vasútállomás környezetével szemben nem rendelkezik utazási módot (pl. városi és helyközi közlekedés) váltó szolgáltatásokkal.

A város látképét a szocialista, tervezett városi öröksége, vagyis a tömbös beépítésű lakótelepek és bányavárosi múltja határozza meg, amely által nélkülözi hasonló méretű megyei jogú városok (pl. Sopron, Veszprém) történelmi központját, a változatos beépítést, azonban itt is megjelennek könnyen előhívható imázselemek, mint például a Turul parkoló, mely a városon belüli koncentrációtól távolabb, az autópálya északi oldalán helyezkedik el.



49. ábra A Lukoil benzinkút és környéke (Tatabánya)

Szerk.: Bálint D. Forrás: Google Maps



50. ábra A vasútállomás, a Vértés Center és környéke (Tatabánya)

Szerk.: Bálint D. Forrás: Google Maps

A város fejlesztési dokumentumában a közlekedési csomópontok fejlesztése emelhető ki (TATABÁNYA 2020), mely érinti a találkozási helyek elhelyezkedését, ugyanakkor itt sem jelenik meg a platform-alapú közlekedés figyelembevétele, hanem a meglévő közösségi közlekedéshez kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése, mely a területi mintázat okán mégis érinti a találkozási helyek környezetét.

5. 3. 4. 3. A találkozási helyek közös vonásai

A megosztási terek elhelyezkedése tehát a hazai városok példáján olyan általános szabályszerűséget mutat, mely részben összefügg a találkozási pontok sajátosságaival (pl. megközelíthetőség, (ingyenes) parkolási kapacitás stb.). Az OSZKÁR platformjának népszerű találkozási pontjai tehát ott mutatnak nagyobb sűrűsödést, melyek viszonylagosan közel helyezkednek el a kivezető utakhoz, ám nincsenek túl messze (időben, járatsűrűségben) a lakófunkcióval rendelkező területektől. Ez a kompromisszum rajzolja ki a legtöbb hazai vidéki város esetén a hasonló mintázatot. A pontok tehát a meglévő infrastruktúrához igazodnak, elmondható még, hogy a fenti szempontot figyelembe véve a belváros közelében, annak peremén található és gyakran olyan emblemikus helyekhez is kötődnek, melyek könnyen beazonosíthatók a városlakók és az átutazók számára egyaránt, elhelyezkedésükben jellemzően a térképen egy aszimmetriát eredményezve az autópályák irányában.

A helyi mintázatokra jellemző a policentrikusság, még az olyan nagy telekocsiforgalmat elkönyvelő települések esetében is (pl. Szeged), ahol egy-egy pont említési száma jobban kiemelkedik. A térképeket vizsgálva megfogalmazható az az általános törvényszerűség, hogy minél alacsonyabb a telekocsiforgalom, annál kisebb a megosztási terek szórása, éppen ezért egy-egy helyszínen nem csak abszolút számban, de arányaiban is kisebb koncentrációkat találhatunk (pl. Tatabánya, Sopron).

Lényeges elem, hogy a legnépszerűbb helyek a megközelíthetőségen túl mind az autós igényeknek (pl. benzinkút), mint pedig az utasok (pl. fedett, beltéri területek, várók, kisboltok, átszállási lehetőség) számára megfelelő infrastruktúrával rendelkeznek, vagyis a keresleti és kínálati oldal számára is ideálisak. A platform profiljából adódóan az offline tranzakciók az autópályák és főutak csomópontjainak közelében helyezkednek el, azonban fontos kiemelni, hogy a megosztáson alapuló gazdaság platformjainak egészére ebből nem vonható le általános következtetés. A tranzakciók offline, területi leképeződései minden esetben a platform tevékenységétől függenek.

Az egyéni helyek a hirdetések jelentős hányadát teszik ki, a vizsgált városok esetén az említések között mindenhol nagy számban jelentek meg. A top5 geokódolható helyet tartalmazó táblázat esetén az „egyéni” említést minden esetben a lista első három helyét foglalja el (Debrecen: 3. hely – 991 db említés; Szeged: 2. hely – 1198 db említés; Kecskemét: 2. hely – 400 db említés; Sopron: 2. hely – 193 db említés; Tatabánya: 1. hely 167 db említés). Ez a megbeszélés szerinti ki- és beszállási pontokat jelöli, mely többféle kategóriát foglalhat magában. Ide tartozik a háztól-házig fuvarozás, másrészt olyan köztes találkozási pontot is jelenthet, melyet később, a kapcsolatfelvétel után egyeztetnek az utazó felek. Mindez arra utal, hogy a platformokon megjelenő rugalmasság az offline térben is megfigyelhető, hiszen egyéb közlekedési móddal szemben itt lehetőség van a kiszállási és beszállási helyek valós idejű módosítására. A találkozási pontok természetesen nem statikusak, idővel változnak, illetve alkalmazkodnak a kereslet változására, valamint a forgalomszervezéshez is. Különböző helyi szabályozások (pl. fizetős parkolók kialakítása) a megváltozott körülményekhez való alkalmazkodáshoz járul hozzá, vagyis a mintázatot alakítja. Ez a térképeken Sopron esetén figyelhető meg, ahol a VOLT fesztivál egy, a település többi találkozási helyétől távol lévő felvevőpont megjelenését eredményezte.

Ez a közös mintázat felfedi azt, hogy az online interakciók és a platform típusa olyan offline sűrűsödési pontokat alakít ki, melyek meghatározott vonásokkal jellemezhetők. A telekocsizás esetén megfogalmazhatók olyan fejlesztési javaslatok, melyek az adott találkozási pontok telekocsi-parkolók, megálló, fedett várakozóhelyek kiépítését tehetik szükségessé, valamint a

piac számára olyan szolgáltatások megjelenését, melyek az említett interurbán közlekedési módhoz kapcsolódnak. Mindezt részben organikus módon maguk a felhasználók is alakítják, akik olyan infrastruktúrához kapcsolják a találkozási helyek kijelölését, amelyek révén alkalmazkodtak a meglévő fizikai környezethez és funkciókhoz.

6. Összefoglalás, az eredmények összevetése a szakirodalommal

A megosztáson alapuló gazdaság platformjaival az élet valamennyi területén találkozhatunk a turizmustól egészen az autómegosztásig. Jelen dolgozatban a modell egyik fontos szegmensének, a magánszemélyeket összekötő felületek online interakcióinak offline, területi aspektusait vizsgáltam egy telekocsizáshoz kapcsolódó típus, az OSZKÁR felületén keresztül. Ez a for-profit platformtípus képezi a modell zászlóshajóját és nem csak országos, de globális viszonylatban is fontos szerepet játszik. Ahogy a szakirodalom is rámutat (BOTSMAN, R. – ROGERS, R. 2010) a megosztáson alapuló gazdaság gyűjtőjellege miatt nem rendelkezik konszenzuálisan elfogadott definícióval (CALO, R. – ROSENBLAT, A. 2017), ezért a disszertációban a szakirodalmi feldolgozásra építve 24 kiválasztott meghatározás alapján négy közös elemet határoztam le (magánszemélyek összekötése, ideiglenes hozzáférés, kihasználatlan kapacitás, platform digitalizáció), mely a vizsgálati fókusz, egyben a kutatás keretrendszerét is kijelölte.

Az online for-profit tranzakciót az OSZKÁR platform profiljából (megosztáson alapuló közlekedés) adódóan a kínálati oldalon egy tartós fogyasztási cikk (személygépkocsi) és tudás (autóvezetés) birtoklása határozza meg. A megosztáson alapuló gazdaságban jelentős eltérés figyelhető meg abban, hogy ki milyen tárgyat hajlandó megosztani és milyen körben, melyet a témában empirikus tanulmányok is alátámasztanak (HELLWIG, K. ET AL 2015).

Az OSZKÁR-on, ahogy sok más, a modellben működő for-profit vállalat esetén, itt is megfigyelhető a kínálati oldal sokszínűsége, az úgynevezett átcímkezés jelensége, vagyis olyan hagyományos, jelen esetben személyszállítással foglalkozó vállalkozások megjelenése, amelyek a modell előtt is léteztek. A cégek számára a platformok lehetőséget teremtenek arra, hogy a regisztrált felhasználókat elérjék, illetve a pozitív jelentéstartalmú, a fenntarthatósághoz kötődő megosztáson alapuló gazdaság gyűjtőfogalma alá kerülhessenek. Nem csupán a közlekedésben, de egyéb ágazatokban, például a modell egyik legjelentősebb globális szereplőjének tekintett Airbnb esetén, a turizmusban is leírták ezt a jelenséget nemzetközi tanulmányokban (GIL, J. – SEQUERA, J. 2020), illetve a hazai vizsgálat pedig ugyanezt támasztja alá.

Az említett jelenség okán a platformtípus működése szabályozási kérdéseket vet fel. Ezt sok esetben maga a szervezet végzi, ahogy azt az OSZKÁR példája is mutatja. Ezt jelen platformnál az üzleti és a magánsofőrök elkülönítése és a két csoportra vonatkozó szabályrendszer különbségei bizonyítják. A kínálati oldalon ezek az online felületen vizuálisan is elkülönülnek, így a potenciális utasok számára választási lehetőség van abban, hogy milyen típusú

telekocsizást szeretnék igénybe venni. A magánszemélyeket összekötő platformtípus működése, ahogy a nemzetközi szakirodalom is rámutat, számos kihívást jelent a jogalkotók számára (KASSAN, J. – ORSI, J. 2012).

Az OSZKÁR online tranzakciójának vizsgálatakor azonosíthatók a nemzetközi kutatásokban leírt, a peer-to-peer platformokra jellemző vonások, úgy, mint a kínálat intézményesülése, a szolgáltatás sokszínősége, az átcímkezés (külföldi publikációkban: share-washing), vagyis a korábban is működő üzleti vállalkozások feltűnése és jelenléte a platformokon.

A kínálatra a diverzitás jellemző, mely egyben erénye, de sokszor hátránya ezeknek a közvetítő szervezeteknek. Az altruista, tiszta megosztást előtérbe helyező elemek helyett olyan utilitarista szempontok, mint a kényelem vagy a jövedelemkiegészítés dominálnak a hazai felhasználók főbb motivációi között – a kérdőíves felmérés és az interjúk eredményei alapján. A közösségi közlekedésről áttérő utasok többsége számára az ár kiemelkedő tényező, vagyis az OSZKÁR esetén is megjelenik a hazai fogyasztókra jellemző érzékenység (az első kérdőív 132 válaszából összesen 115-en említették fő szempontként a költségmegosztást).

A résztvevők motivációit ezen platform-típusnál számos tanulmány vizsgálta, melyek közül példaként WANG, Y. (ET AL 2020) megállapította, hogy a modellel összekapcsolt környezetvédelmi szempontok helyett főként kényelmi és utilitarista tényezők játszanak fontos szerepet a felhasználók motivációi között. Ezekben belül is kiemelkedik a költségcsökkentés (SETIFFI, F. – LAZZER, G. P. 2018).

Az utazásokat és a regisztrált felhasználókat, ahogy más, a megosztáson alapuló közlekedéshez tartozó platformok esetén az OSZKÁR-nál is különböző értékelőrendszerek segítik, csakúgy, mint például a platform nemzetközi vetélytársánál, a Blablacar-nál ez azonosítható (BASILI, M. – ROSSI, M. A. 2020).

A fizikai, offline mintázatokról az alábbi jellemzők mondhatók el:

- A hazai peer-to-peer alapú, platformhoz kötődő telekocsizást egyrészt meghatározzák általános, a mobilitáshoz kapcsolódó sajátosságok, ilyen a fiatal korszerkezet és magasabb iskolai végzettség, másrészt olyan területi vonások, melyek a hazai térszerkezetből következnek (monocentrikus mintázat, transzverzális utak hiánya). Előbbit a szolgáltatást nyújtók oldaláról empirikus vizsgálat is megerősítette (CANSOY, M. – SCHOR, J. 2016). Egy bostoni telekocsi platform-felhasználókat vizsgáló esettanulmány pedig szintén arra az eredményre jutott, hogy körükben az átlagpopulációhoz képest magasabb a felsőfokú végzettséggel rendelkező, magasabb jövedelműek aránya (CLEWLOW, R. R. – MISHRA, G. S. 2017).

- Bár a földrajzi vonások egyediek, a kritikus tömeg révén mégis hasonló mintázat rajzolódik ki, mint a nemzetközi telekocsi-kutatásokban, ahol ez elsősorban a sűrűn lakott területek között, valamint azokon belül valósul meg (TAREK, M. O. R. – AMIT, S. A. J. I. D. 2019).
- A harmadik tényező, a platformok keresletalapúságából adódó rugalmasság, mind eseményekhez kötődve, mind pedig szezonálisan megjelenik, mindkét irányban: mobilitásintenzív (alkalomszerű események, pl. fesztiválok) és mobilitásszegény (korlátozások) időszakokban egyaránt. Az online platformok tranzakciói tehát dinamikusan változnak, a térbeliség mellett az időbeliség is fontos szerepet játszik az interakciók számában és mintázataiban. Ez a kínálati oldal gyors alkalmazkodóképességének következménye és a vizsgálatok szempontjából rámutat az egyszerű lekérdezések, pillanatfelvételek korlátjaira. Ezt a fajta alkalmazkodóképességet a platform alapú telekocsizásban nemzetközi szakirodalom is alátámasztja, példaként egy vonatszájk (YEUNG, T. Y. C. – ZHU, D. 2021) idején mért növekedés vagy a COVID-19 első hulláma alatt mért csökkenés (IVALDI, M. – PALIKOT E. 2020) hozható fel. A világjárvány a hazai mobilitásban, azon belül is a telekocsizásban jelentős (több, mint 80%-os) visszaesést könyvelhetett el 2020 márciusában, a hazai első hullám idején, mely eredmény megegyezik más, külföldi kutatásokkal (BATOOL, M. ET AL 2020). HOSSAIN, M. (2021) példaként hangsúlyozza, hogy a modellben működő platformok különösen sérülékenyek a pandémia közvetlen és későbbi, közvetett hatásaira.
- A vizsgált platform alapvetően nem generál új utazásokat, inkább, mint egy alternatív közlekedési mód jelenik meg a kínálatban. Ez a fajta komplementaritás azt mutatja, hogy egy bizonyos távolság (100 km) és utazástípus (alkalomszerű utak) esetén az OSZKÁR kedvező opció lehet más közlekedési módokkal szemben. Nemzetközi összehasonlításban a telekocsizás kiegészítő jellege más empirikus kutatásokban is kirajzolódik, vagyis a hazai trendek illeszkednek ezen platformtípus globális jelenségeihez (GEHRKE, S. R. ET AL 2019; FAHNENSCHREIBER, S. ET AL 2016)
- Ahogy általánosan az online platformoknál, itt is megfigyelhető, hogy a piaci rés betöltése növeli a felhasználók számát, közvetve az alkalmazás népszerűségét. Mindez azt is jelenti, hogy a tranzakciók nem értelmezhetők kizárólag önmagukban, zárványként a tágabb társadalmi-gazdasági környezet ismerete, vagyis geográfiai szempontok nélkül. Ez az intenzív egymásra ható viszonyrendszer szükségessé teszi azt,

hogy ne csupán a platform alapítói, de a döntéshozók, jogalkotók is ismerjék a modell főbb sajátosságait, melyet már más országokban felismertek.

- A platform komplementaritásának további bizonyítéka, hogy ÉK-Magyarország a vasúti közlekedésben árnyékhelyzetben lévő települései a viszonylatok számában hangsúlyosan jelennek meg (pl. Kisvárdá, Mátészalka) a lefoglalt ülőhelyek lakosságszámhoz viszonyított értékeinél.
- Országos szinten a platform mintázatai követik Magyarország térszerkezeti sajátosságait. Kisebb koncentrációk nem csak területileg, de például időben, a nyári fesztiválszezonban is beazonosíthatók, ahol olyan kisebb népességű települések is átmenetileg bekerülnek a népszerű viszonylatok közé, mint Orfű vagy Bánk.
- A disszertáció feltárta azt is, hogy az utazások esetén fontos szerepet játszik a kritikus tömeg, a főváros és vidéki regionális központok emelkednek ki abszolút számok tekintetében, vagyis a lokális hatások is főként városokban vizsgálhatók. A tanulmány alapján tehát a platform alapú telekocsizás a népesség számbeli koncentrációi miatt jelenlegi formájában nem alkalmas hátrányos helyzetű térségek közlekedésföldrajzi helyzetének javítására, jórészt a recens folyamatokat termeli újra, és az utasok révén az internet és eszközök, valamint az autósok esetén a gépkocsihasználat (és jogosítvány) hiánya kizárhatja a társadalom egyes részeit a tranzakciókból. Mindezek alátámasztják a nemzetközi szakirodalomban ezen platformtípushoz is kapcsolódó, offline térbeli koncentrációk jelentőségét. Ilyen viszonylatok között található itthon jól meghatározható, úgynevezett „Oszkár-útvonalak” melyeket a népességszámon kívül egy más közlekedési eszközhöz való hozzáférési nehézségek (pl. pályafelújítás) is hozzájárulnak.

A meghatározott szervezetek offline, fizikai terekre tett hatása alapján a vizsgált platformnál is számít a proximitás, vagyis a tranzakciókhoz szükséges a kereslet és kínálat offline térben megvalósuló találkozása. A platform találkozási pontjai tulajdonképpen az online interakciók térbeli leképeződései, hiszen az utazás ebben a formában az OSZKÁR és egyéb magánszemélyeket összekötő platformok révén (pl. Blablacar, Facebook-csoportok) nem valósult volna meg. A városon belüli mintázatok alapján az alábbi vonásokkal jellemezhetők, elsőként a pontok területi elhelyezkedését vizsgálva:

- Közel helyezkednek el olyan meglévő közlekedési csomópontokhoz, melyek jelenleg is fontos szerepet töltenek be a mobilitásban – például vasútállomás és környéke.

- Követik az adott város településmorfológiai és építészeti sajátosságait, főként a belváros környékére összpontosulnak.
- Igazodnak a meglévő infrastruktúrához, nagyobb sűrűsödést mutatnak a települések autópályákhoz közelebb eső részein, azok a kivezető utak mentén csoportosulnak, egy aszimmetriát hozva létre a városokon belül.

Mindezen állítások alapján kijelenthető, hogy a koncentrációk ott fognak megjelenni, ahol viszonylagosan közel helyezkednek el a kivezető utakhoz, a platform interurbán jellege miatt azonban sem időben, sem a helyi tömegközlekedés járatsűrűségeiben nincsenek túl messze a lakófunkcióval rendelkező területektől. A nemzetközi szakirodalomban földrajzi eltérések figyelhetők meg az egyes országok telekocsi-találkozási helyeiben. STIGLIC, M. ET AL (2015) kutatásában például arra mutatott rá, hogy míg Szlovéniában buszmegállók és benzinkutak szolgálnak ilyen pontokként, addig az USA-ban inkább gyorséttermek parkolói. Franciaországban példaként a Blablacar tevékenységéhez kötődően több mint 2000 telekocsizó hely található szintén a meglévő infrastruktúrára épülve, melyet külön telekocsizó találkozási helyet ábrázoló táblával is jelölnek (DATA.GOUV.FR 2020).

Ez egy olyan példát jelent a hazai, elsősorban a nagyvárosi terekben, amelynek értelmében a platformtípus offline működése a helyi önkormányzatok számára releváns lehet, fejlesztési stratégiaalkotásnál figyelembe lehetne venni elhelyezkedésüket és sajátosságaikat, melyet jelen dolgozat feltárt.

A találkozási pontok jellegét tekintve az alábbi jellemzőket állapította meg a vizsgálat:

- Intermodális csomópontként szolgálnak, ezért jellemzően nagy és ingyenes parkolókapacitással rendelkező területek.
- A kereskedelmi funkciók közelébe települnek, melyeket a telekocsizás tovább diverzifikálhat.

A lokális terek vizsgálata alapján megállapítható, hogy bár a platformok egy meghatározott felhasználóbázissal rendelkeznek, tranzakcióik megjelennek a fizikai térszövetben, vagyis közvetve a társadalom azon tagjaira is hatással lesznek, akik nem vesznek részt a platformok online interakcióiban. Az eredmények elsősorban a helyi városvezetések és a platform megalkotói számára hasznosíthatók. A találkozási pontok fejlesztése, a ki- és beszállások helyein például telekocsi-parkolók kialakítása, felfestése, vagy piaci alapon az utazáshoz kapcsolódó vállalkozások megjelenése előnyös lenne, és nem csak az adott hely élhetőségéhez járulna hozzá, de elősegítené egy alternatív közlekedési (és gazdasági) modell térnyerését is.

Az eredmények tehát azt bizonyítják, hogy Tobler első törvénye még mindig nem hagyható figyelmen kívül, ám az online interakciók révén a proximitás szerepe fellazul, az online és offline tranzakciók interdependens, szorosan egymásra ható rendszere lesz a meghatározó.

7. A kutatás további irányai

A platformok vizsgálata mindig magában hordozza annak veszélyét, hogy az eredményekből levont következtetések csupán egy túlzottan specifikus terület esetén helytállóak, éppen ezért az online interakciók és a területiség vizsgálata további kutatási irányokat is kijelöl. Ilyen lehet más ágazaton belül működő platformok offline jellemzőinek esettanulmány jellegű feltárása, ahol a kihasználatlan kapacitás nem személygépjárműhöz, hanem más tárgyakhoz, például ingatlanhoz kötődik. Ez ezért is lenne geográfiai szempontból releváns, mivel utóbbiak a lakófunkcióval rendelkező területekhez kapcsolódnak, vagyis egy település jól körülhatárolható részeihez. Ugyancsak egy lehetséges vizsgálati irány lehet a nem platformokhoz kötődő, hanem kizárólag alulról szerveződő, az intézményesülés előtt álló, civil társadalmi csoportok által kialakított online szerveződő csoportok társadalomföldrajzi vizsgálata. Jelen disszertáció fókuszának köre is bővíthető, feltárható például, hogy más telekocsi-platformon megjelenő mintázat (pl. Blablacar) milyen mértékben hasonlít az OSZKÁR-on megfigyelhető jellemvonásokhoz. Ugyancsak gazdagítaná a lefolytatott vizsgálatot egy nemzetközi összehasonlítás, mely révén az egyes szomszédos országokkal való összehasonlító tanulmány nyomán megismerhetők a felhasználók körében és offline, területi mintázatokban megjelenő differenciák.

A szabályozás oldaláról felmerül a platformok tevékenységének körülhatárolása mellett, hogy a tulajdonlás helyett a kihasználatlan kapacitások ösztönzése (pl. adózás, védett behajtási övezetek, kedvezmények) serkentheti-e a megosztáson alapuló gazdaság működését? Hogyan alakítja át a városi térhasználatot a modellben működő platformok használata?

A megosztáson alapuló gazdaság vizsgálata geográfus szemszögből koncentrálna egy kisebb területi egységre, amilyen például a főváros, Budapest, ahol a városi tér és az online interakció kölcsönhatásai koncentráltan vannak jelen. A területiséghez a tágabban értelmezett platformok közül a közösségi munkateretek erőteljesen köthetők, melyek a munka és digitalizáció világának új tértípusait képviselik. Ezt a COVID-19 világjárvány és hatásai feltehetően tovább alakítja. Vizsgálatuk során megismerhetők azok a mai, városi tereket alakító tényezők, melyek esetükben megjelenhetnek.

8. Köszönetnyilvánítás

Habár a borítón csak egy név szerepelhet, valójában minden dolgozat sok-sok személy jótanácsának, tapasztalatának terméke. Ha mindenkit megemlítenék, akitől az évek során segítséget kaptam, a köszönetnyilvánítás is olyan hosszú lehetne, mint maga a disszertáció. Néhányan mégis megkerülhetetlen érdemeket szereztek az anyag jelenlegi formájának elnyerésében. Őket most szeretném külön is kiemelni.

Köszönettel tartozom témavezőmnek, dr. Trócsányi Andrásnak, a PTE TTK Társadalomföldrajzi és Urbanisztikai Tanszék vezetőjének, aki szakmai észrevételeivel, folyamatos javításaival segített, terelgetett, valamint hosszú évek türelmes várakozásával szavazott bizalmat munkámnak.

Köszönöm Prácser Attilának, az OSZKÁR telekocsi-rendszer alapítójának, aki lehetőséget biztosított az adatbázis elérésére és jótanácsaival is segítette munkámat. Nélküle a disszertáció alapját képező lekérdezés nem valósulhatott volna meg.

Köszönöm dr. Varjú Viktornak, a KRTK RKI Dunántúli Tudományos Osztály tudományos főmunkatársának, akinek kiemelkedő szerepe volt abban, hogy az elmúlt években tudományos segédmunkatársként időt és energiát fordíthattam a dolgozat megírására. Nem mellesleg a folyamatos és kitartó ösztönzése nélkül aligha született volna meg az írás.

Köszönöm Szabó Tamásnak, a KRTK RKI Dunántúli Tudományos Osztály térképészének, aki türelemmel viselte az újabb és újabb ábraötleteimet, szorgosan szerkesztette és javította térképeimet, részt vállalt az adatbázisok tisztításában és kezelésében, valamint napi szinten is biztatott. Szintén köszönettel tartozom az osztály azóta nyugdíjazott térképészének, Fonyódi Valinak, aki 40 évnyi szakmai tapasztalatával járult hozzá ötleteim vizuális megjelenítéséhez. Szeretném továbbá megköszönni a teljes Milestone Intézetnek, akiknek hála, az elmúlt két évben nem csak kutathattam, de lehetőségem volt oktatói és mentortevékenységet is folytatni a hétvégék során, mely által egy olyan inspiráló közeget ismerhettem meg, ami végül is nagyban meghatározta azt, hogy a dolgozat megírása mellett döntöttem.

A PTE TTK Társadalomföldrajzi és Urbanisztikai Intézet további munkatársainak, egykori doktoranduszainak szintén köszönettel tartozom, akik a miniszemináriumokon és egyéb megbeszéléseken értékes javaslatokkal láttak el. Külön köszönet dr. Németh Ádámnak a megjelenítésben és a statisztikai módszerek használatában nyújtott segítségért.

Végezetül barátaimnak és családtagjaimnak is hálás vagyok, akik a háttérben jelenlétükkel lehetővé tették azt, hogy elkészíthessem a disszertációt.

Irodalomjegyzék

ACQUIER, A. – DAUDIGEOS, T. – PINKSE, J. (2017): Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, pp. 1-10.

ALBINSSON, P. A. – PERERA, B. Y. (Szerk.) (2018): The rise of the sharing economy: Exploring the challenges and opportunities of collaborative consumption. Praeger, Santa Barbara. p. 304.

ALLEN, D. (2015): The sharing economy. *Institute of Public Affairs Review: A Quarterly Review of Politics and Public Affairs, The*, 67(3), pp. 24-27.

ALONI, E. (2016): Pluralizing the “sharing” economy. *Wash. Law Rev.* 91, pp. 1397-1459.

AMIRKIAEE, S. Y. – EVANGELOPOULOS, N. (2018): Why do people rideshare? An experimental study. *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, 55, pp. 9-24.

ANDERSSON, M. – HJALMARSSON, A. – AVITAL, M. (2013): Peer-to-peer service sharing platforms: Driving share and share alike on a mass-scale. Completed Research Paper. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:887752/FULLTEXT01.pdf>

APTE, U. M. – DAVIS, M. M. (2019): Sharing economy services: business model generation. *California Management Review*, 61(2), pp. 104-131.

AÏVODJI, U. M. – GAMBS, S. – HUGUET, M. J. – KILLIJIAN, M. O. (2016): Meeting points in ridesharing: A privacy-preserving approach. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 72, pp. 239-253.

BÁLINT D. – TRÓCSÁNYI A. (2016): New ways of mobility: the birth of ridesharing. A case study from Hungary. *Hungarian Geographical Bulletin*, 65(4), pp. 391-405.

BARLOW, J. P. (1996): A Declaration of the Independence of Cyberspace.
Letöltés dátuma: 2020. 01. 10.
<http://homes.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>.

BARABÁSI, A. L. – BONABEAU, E. (2003): Scale-free networks. *Scientific American*, 288(5), pp. 60-69.

BARNES, S. J. – MATTSSON, J. (2016): Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, pp. 200-21.

BASIL, M. – ROSSI, M. A. (2020): Platform-mediated reputation systems in the sharing economy and incentives to provide service quality: the case of ridesharing services. *Electronic Commerce Research and Applications*, 39, 100835.

BATES, S. (1996): The death of geography, the rise of anonymity, and the Internet. *American Enterprise*, 7, pp. 50-52.

- BELK, R. (1988): Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15. pp. 139– 168.
- BELK, R. (2007): Why not share rather than own? *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), pp. 126-140.
- BELK, R. (2014): Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *The Anthropologist*, 18(1), pp. 7-23.
- BELLOTTI, V. – AMBARD, A. – TURNER, D. – GOSSMANN, C. – DEMKOVA, K. – CARROLL, J. M. (2015): A muddle of models of motivation for using peer-to-peer economy systems. Paper presented at the Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, Szüül, Korea.
- BENJAAFAR, S. – HU, M. (2020): Operations management in the age of the sharing economy: what is old and what is new? *Manufacturing & Service Operations Management*, 22(1), pp. 93-101.
- BERDE, É. – TÖKÉS, L. (2020): Platformokon keresztül dolgozó idősebb munkavállalók. Az Oszkár utazásmegosztó példája= Platform economy as a working opportunity for older persons. The case of the Hungarian carpooling company, Oszkár. *Köz-gazdaság*. http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/4713/1/KG2020_OF_Oszkar.pdf (letöltés dátuma: 2021. 03. 22.)
- BREWER, R. N. – AUSTIN, A. M. – ELLISON, N. B. (2019): Stories from the Front Seat: Supporting Accessible Transportation in the Sharing Economy. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), pp. 1-17.
- BICOCCHI, N. – MAMEI, M. (2014): Investigating ride sharing opportunities through mobility data analysis. *Pervasive and Mobile Computing*, 14, pp. 83-94.
- BONCIU, F. – BALGAR, A. C. (2016): Sharing economy as a contributor to sustainable growth, an EU perspective. *Romanian J. Eur. Aff.*, 16 (36).
- BORK-HÜFFER, T. – YEOH, B. S. (2017): The geographies of difference in conflating digital and offline spaces of encounter: Migrant professionals' throwntogetherness in Singapore. *Geoforum*, 86, pp. 93-102.
- BOTSMAN, R. (2017): *Who can you trust? how technology brought us together—and why it could drive us apart*. Penguin, UK.
- BOTSMAN, R. – ROGERS, R. (2010): What's mine is yours: The rise of collaborative consumption. *Collins*. 304 p.
- BRERETON, M. – ROE, P. – FOTH, M. – BUNKER, J. M. – BUYS, L. (2009): Designing participation in agile ridesharing with mobile social software. In *Proceedings of the 21st Annual Conference of the Australian Computer-Human Interaction Special Interest Group: Design: Open 24/7* (pp. 257-260).
- BUDA G. – LEHOTA J. (2017): Az internetalapú közösségi gazdálkodás formái. *Gazdaság és Társadalom*, 2017(2), pp. 23-46.

- BUDA G. – PETHES B. – LEHOTA J. (2020): Dominant Consumer Attitudes in the Sharing Economy – A Representative Study in Hungary. *Resources*, 9(1), 1.
- BUHALIS, D. – ANDREU, L. – GNOTH, J. (2020): The dark side of the sharing economy: Balancing value co-creation and value co-destruction. *Psychology & Marketing*, 37(5), pp. 689-704.
- BULIUNG, R. N. – SOLTYS, K. – BUI, R. – HABEL, C. – LANYON, R. (2010): Catching a ride on the information super-highway: toward an understanding of internet-based carpool formation and use. *Transportation*, 37(6), pp. 849-873.
- CACCIAPAGLIA, G. – COT, C. – SANNINO, F. (2020): Second wave COVID-19 pandemics in Europe: a temporal playbook. *Scientific reports*, 10(1), pp. 1-8.
- CALO, R. – ROSENBLAT, A. (2017): The taking economy: Uber, information, and power. *Colum. L. Rev.*, 117, pp. 16-23.
- CANSOY, M. – SCHOR, J. (2016): Who gets to share in the “Sharing Economy”: Understanding the patterns of participation and exchange in Airbnb. *Unpublished Paper, Boston College*.
- CASPRINI, E. – DI MININ, A. – PARABOSCHI, A. (2019): How do companies organize nascent markets? The BlaBlaCar case in the inter-city shared mobility market. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, pp. 270-281.
- CASTELLS, M. (1996): *The Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. 1. Maiden/Oxford: Blackwell. 657 p.
- CASTELLS, M. (1997): *The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. 2. Maiden/Oxford: Blackwell. 584 p.
- CASTELLS, M. (2000): *End of Millennium. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. 3. Maiden/Oxford: Blackwell. 2nd Ed.
- CHAN, N. D. – SHAHEEN, S. A. (2012): Ridesharing in North America: Past, present, and future. *Transport reviews*, 32(1), pp. 93-112.
- CHASE, R. (2015): *Peers Inc: how people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism*. PublicAffairs. 306 p.
- CHENG, M. (2016): Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, pp. 60-70.
- CHENG, X. – HOU, T – MOU, J. (2021): Investigating perceived risks and benefits of information privacy disclosure in IT-enabled ride-sharing. *Information & Management*, 103450.
- CLAUSS, T. – HARENGEL, P. – HOCK, M. (2019): The perception of value of platform-based business models in the sharing economy: determining the drivers of user loyalty. *Review of Managerial Science*, 13(3), pp. 605-634.

CLEWLOW, R. R. – MISHRA, G. S. (2017): Disruptive transportation: The adoption, utilization, and impacts of ride-hailing in the United States. Publication UCD-ITS-RR-17-07. Institute of Transportation Studies, University of California, Davis, CA, 2017.

CLIFTON, N. – FÜZI A. – LOUDON, G. (2019): Coworking in the digital economy: Context, motivations, and outcomes. *Futures*, 102439.

CODAGNONE, C. – MARTENS, B. (2016): Scoping the sharing economy: Origins, definitions, impact and regulatory issues. Cristiano Codagnone and Bertin Martens (2016). Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper, 1.

COHEN, B. – KIETZMANN, J. (2014): Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), pp. 279-296.

COHEN, B. – MUNOZ, P. (2017): Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework. *Journal of cleaner production*, 134, pp. 87-97.

CURTIS, S. K. – LEHNER, M. (2019): Defining the sharing economy for sustainability. *Sustainability*, 11(3), 567.

CZIOSKA, P. – MATTFELD, D. C. – SESTER, M. (2017): GIS-based identification and assessment of suitable meeting point locations for ride-sharing. *Transportation research procedia*, 22, pp. 314-324.

CSAPÓ T. (2005): A magyar városok településmorfológiája. Savaria University Press.

DABBOUS, A. – TARHINI, A. (2021): Does sharing economy promote sustainable economic development and energy efficiency? Evidence from OECD countries. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(1), pp. 58-68.

DAILEY, D. J. – LOSEFF, D. – MEYERS, D. (1999): Seattle smart traveler: dynamic ridematching on the World Wide Web. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 7(1), pp. 17-32.

DAKHLIA, S. – DAVILA, A. – CUMBIE, B. (2016): Trust, but verify: The role of ICTs in the sharing economy. In *Information and communication technologies in organizations and society*, Springer, Cham, pp. 303-311.

DE GROEN, W. – MASELLI, I. (2016): The impact of the collaborative economy on the labour market. http://aei.pitt.edu/76467/1/SR138CollaborativeEconomy_0.pdf (letöltés dátuma: 2021. 04. 21.)

DEMAILLY, D. – NOVEL, A.-S. (2014): The sharing economy: make it sustainable, Studies N°03/14, IDDRI, Paris, France, 30 p.

DENG, C. – RAVICHANDRAN, T. (2017): How Consumers Perceive Trustworthiness of Providers in Sharing Economy: Effects of Photos and Comments on Demand at Airbnb. In: AMCIS 2017 Proceedings.

DREDGE, D. – GYIMÓTHY S. (2015): The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices. *Tourism recreation research*, 40(3), pp. 286-302.

DUDÁS G. – BOROS L. (2019): A közösségi gazdaság (sharing economy) definiálásának dilemmái. *Tér és Társadalom*, 33(1), pp. 107-130.

DUDÁS, G. – BOROS, L. – PÁL, V. (2016): Közösségi szállásadás Budapesten-az Airbnb térnyerése. *Településföldrajzi tanulmányok*, 5(3-4), pp. 66-83.

DUDÁS G. – VIDA G. – KOVALCSIK T. – BOROS L. (2017): A socio-economic analysis of Airbnb in New York City. *Regional Statistics*, 7(1), pp. 135-151.

EDELMAN, B. G. – LUCA, M. (2014): Digital discrimination: The case of Airbnb. com. Harvard Business School NOM Unit Working Paper, (14-054).

ERDŐSI F. (1991): Kommunikáció és térszerkezet. Akadémiai Kiadó. 218 p.

ERT, E. – FLEISCHER, A. – MAGEN, N. (2016): Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism management*, 55, pp. 62-73.

ERTZ, M. – DURIF, F. – ARCAND, M. A (2019): Conceptual perspective on collaborative consumption. *AMS Rev.* 9. pp. 27–41.

FABO, B. – KARANOVIC, J. – DUKOVA, K. (2017): In search of an adequate European policy response to the platform economy. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), pp. 163-175.

FAHNENSCHREIBER, S. – GÜNDLING, F. – KEYHANI, M. H. – SCHNEE, M. (2016): A multi-modal routing approach combining dynamic ride-sharing and public transport. *Transportation Research Procedia*, 13, pp. 176-183.

FARAJALLAH, M. – HAMMOND, R. G.– PÉNARD, T. (2019): What drives pricing behavior in Peer-to-Peer markets? Evidence from the carsharing platform blablacar. *Information Economics and Policy*, 48, pp. 15-31.

FELLÄNDER, A. – INGRAM, C. – TEIGLAND, R. (2015): Sharing economy. In *Embracing Change with Caution. Näringspolitiskt Forum Rapport* (No. 11).

FERGUSON, E. (1997): The rise and fall of the American carpool: 1970–1990. *Transportation*, 24(4), pp. 349-376.

FILIPPAS, A. – GRAMSTAD, A. R. (2016): A Model of Pricing in the Sharing Economy: Pricing Dynamics with Awareness-Generating Adoptions. In *Icic*.
<http://people.stern.nyu.edu/afilippa/papers/awareness2016.pdf> (letöltés dátuma: 2021. 03. 30.)

FORNO, F. – GARIBALDI, R. (2015): Sharing economy in travel and tourism: The case of home-swapping in Italy. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(2), pp. 202-220.

- FRENKEN, K. – MEELEN, T. – ARETS, M. – VAN DE GLIND, P. (2015): Smarter regulation for the sharing economy. *The Guardian*, 20(5), 2015.
- FRENKEN, K. – SCHOR, J. (2017): Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23(2017), pp. 3-10.
- FURUHATA, M. – DESSOUKY, M. – ORDÓÑEZ, F. – BRUNET, M. E. – WANG, X. – KOENIG, S. (2013): Ridesharing: The state-of-the-art and future directions. *Transportation Research Part B: Methodological*, 57, pp. 28-46.
- GAWER, A. (2014): Bridging differing perspectives on technological platforms: toward an integrative framework, *Research Policy*, 43. pp. 1239–1249.
- GEHRKE, S. R. – FELIX, A. – REARDON, T. G. (2019): Substitution of ride-hailing services for more sustainable travel options in the greater Boston region. *Transportation Research Record*, 2673(1), pp. 438-446.
- GERWE, O. – SILVA, R. (2020): Clarifying the sharing economy: Conceptualization, typology, antecedents, and effects. *Academy of Management Perspectives*, 34(1), pp. 65-96.
- GEISSINGER, A. – LAURELL, C. – SANDSTRÖM, C. (2020): Digital Disruption beyond Uber and Airbnb—Tracking the long tail of the sharing economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 155, 119323.
- GIL, J. – SEQUERA, J. (2020): The professionalization of Airbnb in Madrid: Far from a collaborative economy. *Current Issues in Tourism*, pp. 1-20.
- GRAHAM, M. (2013): Geography/internet: ethereal alternate dimensions of cyberspace or grounded augmented realities? *The Geographical Journal*, 179(2), pp. 177-182.
- GOLDENBERG, J. – LEVY, M. (2009): Distance is not dead: Social interaction and geographical distance in the internet era. arXiv preprint arXiv:0906.3202. <https://arxiv.org/abs/0906.3202> (letöltés dátuma: 2019. 07. 29.)
- GONZALEZ-PADRON, T. L. (2017): Ethics in the sharing economy: Creating a legitimate marketing channel. *Journal of Marketing Channels*, 24(1-2), pp. 84-96.
- GÖRÖG, G. (2018): The Definitions of Sharing Economy: A Systematic Literature Review. *Management (18544223)*, 13(2). pp. 175-189.
- GUTTENTAG, D. (2015): Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism*, 18(12), pp. 1192-1217.
- GYÓDI, K. (2019): Airbnb in European cities: Business as usual or true sharing economy? *Journal of Cleaner Production*, 221, pp. 536-551.

- HAGIU, A. – WRIGHT, J. (2019): The status of workers and platforms in the sharing economy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 28(1), pp. 97-108.
- 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), pp. 2047-2059.
- HAN, S. Y. – TSOU, M. H. – CLARKE, K. C. (2018): Revisiting the death of geography in the era of Big Data: The friction of distance in cyberspace and real space. *International Journal of Digital Earth*, 11(5), pp. 451-469.
- HARTL, B. – PENZ, E. – SCHÜBLER, E. – HOFMANN, E. (2019): Shared mobility business models – Trust building in the sharing economy. *IN: Perspectives on the Sharing Economy*, 82 (Oberg, A.), pp. 82-88.
- HAWLITSCHKEK, F. – STOFBERG, N. – TEUBNER, T. – TU, P. – WEINHARDT, C. (2018): How corporate sharewashing practices undermine consumer trust. *Sustainability*, 10(8), 2638.
- HAWLITSCHKEK, F. – TEUBNER, T. – GIMPEL, H. (2016): Understanding the Sharing Economy-- Drivers and Impediments for Participation in Peer-to-Peer Rental. In 2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS) (pp. 4782-4791). IEEE
- HEILER, G. – REISCH, T. – HURT, J. – FORGHANI, M. – OMANI, A. – HANBURY, A. – KARIMIPOUR, F. (2020): Country-wide mobility changes observed using mobile phone data during COVID-19 pandemic. *arXiv preprint arXiv:2008.10064*.
- HEINRICHS, H. (2013): Sharing economy: a potential new pathway to sustainability. *GAIA- Ecological Perspectives for Science and Society*, 22(4), pp. 228-231.
- HELLWIG, K. – MORHART, F. – GIRARDIN, F. – HAUSER, M. (2015): Exploring different types of sharing: A proposed segmentation of the market for “sharing” businesses. *Psychology & Marketing*, 32(9), pp. 891-906.
- HEO, Y. (2016): Sharing economy and prospects in tourism research. *Annals of tourism Research*, 58, pp. 166-170.
- HOSSAIN, M. (2020): Sharing economy: A comprehensive literature review. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102470.
- HOSSAIN, M. (2021): The effect of the Covid-19 on sharing economy activities. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124782.
- HOUTE, A. D. (2020): Le temps de l’auto-stop. *20 21. Revue d'histoire*, (4), pp. 3-15.
- HUWS, U. (2016): Platform labour: sharing economy or virtual wild west. *Journal for a Progressive Economy*, 1(2016), pp. 24-27.
- IVALDI, M. – PALIKOT, E. (2020): Sharing when stranger equals danger: Ridesharing during Covid-19 pandemic. http://publications.ut-capitole.fr/41740/1/wp_tse_1135.pdf

- JAKOBI Á. (2007): Az információs társadalom térbelisége. ELTE Regionális Tudományi Tanszék.
- JANCSIK, A. – MICHALKÓ, G. – CSERNYIK, M. (2018): Megosztás megosztottság nélkül–az Airbnb és a budapesti szálláshelypiac átalakulása. *Közgazdasági szemle*, 65(3), pp. 259-286.
- JEFFREY, B. – WALTERS, C. E. – AINSLIE, K. E. – EALES, O. – CIAVARELLA, C. – BHATIA, S. – RILEY, S. (2020): Anonymised and aggregated crowd level mobility data from mobile phones suggests that initial compliance with COVID-19 social distancing interventions was high and geographically consistent across the UK. *Wellcome Open Research*, 5.
- JOHN, N. A. (2017): *The age of sharing*. John Wiley & Sons, Cambridge, UK. 224 p.
- KALÓZ, E. (2015): A közösségi gazdaság-elméleti megfontolások és gyakorlati jellemzői. *Információs Társadalom: Társadalomtudományi folyóirat*, 15(1), pp. 30-47.
- KAIMANN, D. (2020): Behind the Review Curtain: Decomposition of Online Consumer Ratings in Peer-to-Peer Markets. *Sustainability*, 12(15), 6185.
- KAMESWARAN, V. – CAMERON, L. – DILLAHUNT, T. R. (2018): Support for social and cultural capital development in real-time ridesharing services. In *Proceedings of the 2018 CHI conference on human factors in computing systems*, pp. 1-12.
- KAPLAN, R. D. (2013): *The revenge of geography: What the map tells us about coming conflicts and the battle against fate*. Random House Trade Paperbacks.
- KELLERMAN, A. (2016): *Geographic interpretations of the internet*. Springer International Publishing.
- KASSAN, J. – ORSI, J. (2012): The legal landscape of the sharing economy. *J. Envtl. L. & Litig.*, 27, 1.
- KELLY, K. L. (2007): Casual carpooling-enhanced. *Journal of Public Transportation*, 10(4), 6.
- KENNEY, M. – ZYSMAN, J. (2020): The platform economy: restructuring the space of capitalist accumulation. *Cambridge journal of regions, economy and society*, 13(1), pp. 55-76.
- KIM, M. J. (2019): Benefits and Concerns of the Sharing Economy: Economic Analysis and Policy Implications. *KDI Journal of Economic Policy*, 41(1), pp. 15-41.
- KIRCHNER, S. – SCHÜBLER, E. (2020): Regulating the sharing economy: a field perspective. In *Theorizing the Sharing Economy: Variety and Trajectories of New Forms of Organizing*. Emerald Publishing Limited.
- KOLONICS, P. – PÓNUSZ, M. (2020): A megosztásos gazdaság magyarországi helyzete. The Hungarian Status of the Sharing Economy. *MULTIDISZCIPLINÁRIS KIHÍVÁSOK SOKSZÍNŰ VÁLASZOK*, (2), pp. 77-97.

- KOPP, J. – GERIKE, R. – AXHAUSEN, K. W. (2013): Status quo and perspectives for car-sharing systems: the example of DriveNow. *Strategies for Sustainable Mobilities: Opportunities and Challenges*, 2013, 207-226.
- KUPI M. – IVANCSÓNÉ HORVÁTH ZS. – PRINTZ-MARKÓ E. – HARSÁNY L. (2018): Low-cost utazások összehasonlító elemzése. IN: „Út” a XXI. században IX. Nemzetközi Turizmus Konferencia Tanulmányok, 4, Győr. 250 p.
- LAGONIGRO, R. – MARTORI, J. C. – APPARICIO, P. (2020): Understanding Airbnb spatial distribution in a southern European city: The case of Barcelona. *Applied Geography*, 115, 102136.
- LANG, B. – BOTHA, E. – ROBERTSON, J. – KEMPER, J. A. – DOLAN, R. – KIETZMANN, J. (2020): How to grow the sharing economy? Create Prosumers! *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 28(3), pp. 58-66.
- LAUKKANEN, M. – TURA, N. (2020): The potential of sharing economy business models for sustainable value creation. *Journal of Cleaner production*, 253, 120004.
- LAURENTI, R. – SINGH, J. – COTRIM, J. M. – TONI, M. – SINHA, R. (2019): Characterizing the sharing economy state of the research: A systematic map. *Sustainability*, 11(20), 5729.
- LAZÁNYI, O. – VERESS, T. – BÁRSONY, F. (2020): Megosztásos gazdaság–a megosztás vagy a fogyasztás tere? Sharing Economy–The Space of Sharing or Consumption? *Tér és Társadalom*, 34(2), 67-87.
- LEHDONVIRTA, V. (2018): Flexibility in the gig economy: managing time on three online piecework platforms. *New Technology, Work and Employment*, 33(1), pp. 13-29.
- LENGYEL L. (2017): Együtt vagy külön? - A közösségi gazdaság elterjedtsége Borsod-Abaúj-Zemplén megyében. In: T. Kékesi, B. G. Vadászné, Z. Dabasi-Halász, eds. *Diáktudomány: a miskolci egyetem tudományos diákköri munkáiból*. Miskolci Egyetem, Miskolc, pp. 122-127.
- LIM, W. M. (2020): The sharing economy: A marketing perspective. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 28(3), pp. 4-13.
- LIU, C. – CHAN, R. K. – WANG, M. – YANG, Z. (2020): Mapping the Sharing Economy in China. *Sustainability*, 12(16), 6333.
- LYNCH, K. (1960): *The image of the city* (11). MIT press, Cambridge. 208 p.
- MA, N. F. – HANRAHAN, B. V. (2020): Unpacking Sharing in the Peer-to-Peer Economy: The Impact of Shared Needs and Backgrounds on Ride-Sharing. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW1), pp. 1-19.
- MA, Y. – ZHANG, H. (2019): Development of the Sharing Economy in China: Challenges and Lessons. In *Innovation, Economic Development, and Intellectual Property in India and China* (pp. 467-484). Springer, Singapore.
- MACLACHLAN, I. (2011): Quantitative Models for Geographical Analysis Additional Required Reading for Geography 3235.

- MAIR, J. – REISCHAUER, G. (2017): Capturing the dynamics of the sharing economy: Institutional research on the plural forms and practices of sharing economy organizations. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, pp. 11-20.
- MALHOTRA, A. – VAN ALSTYNE, M. (2014): The dark side of the sharing economy ... and how to lighten it. *Communications of the ACM*, 57, pp. 24-27.
- MARTIN, C. J. – UPHAM, P. – BUDD, L. (2015): Commercial orientation in grassroots social innovation: Insights from the sharing economy. *Ecological Economics*, 118, pp. 240-251.
- MATTIA, G. – PRINCIPATO, L. – DI PIETRO, L. A. U. R. A. – PRATESI, C. A. (2020): Enabling factors of ridesharing: trust is the main driver for potential users. Grand challenges: companies and universities working for a better society, 445.
- MATZLER, K. – VEIDER, V. – KATHAN, W. (2015): Adapting to the sharing economy. *MIT Sloan Management Review*, 56(2), 71.
- MAZZELLA, F. – SUNDARARAJAN, A. – D'ESPOUS, V. B. – MÖHLMANN, M. (2016): How digital trust powers the sharing economy. *IESE Business Review*, 26(5), pp. 24-31.
- MCLAREN, D. – AGYEMAN, J. (2015): *Sharing Cities: A Case for Truly Smart and Sustainable Cities*. MIT Press.
- MCLUHAN, M. – FIORE, Q. – AGEL, J. (1968): *War and peace in the global village* (127). New York: Bantam Books.
- MESZMANN, T. T. (2018): *Industrial Relations and Social Dialogue in the Age of Collaborative Economy (IRSDACE)*. National Report: Hungary. Research Reports, 27.
- MÉSZÁROS R. (2003): *Kibertér. A földrajzi tudás új dimenziói*. *Hispania Kiadó, Szeged*. 144 p.
- MI, Z. – COFFMAN, D. M. (2019): The sharing economy promotes sustainable societies. *Nature communications*, 10(1), pp. 1-3.
- MODY, M. – SUESS, C. – LEHTO, X. (2019): Using segmentation to compete in the age of the sharing economy: Testing a core-periphery framework. *International Journal of Hospitality Management*, 78, pp. 199-213.
- MORENCY, C. (2007): The ambivalence of ridesharing. *Transportation*, 34(2), pp. 239-253.
- MONT, O. – PALGAN, Y. V. – BRADLEY, K. – ZVOLSKA, L. (2020): A decade of the sharing economy: Concepts, users, business and governance perspectives. *Journal of Cleaner Production*, 122215.
- MOURAD, A. – PUCHINGER, J. – CHU, C. (2019): A survey of models and algorithms for optimizing shared mobility. *Transportation Research Part B: Methodological*, 123, pp. 323-346.

- MÖHLMANN, M. (2015): Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), pp. 193-207.
- MUNTANER, C. (2018): Digital platforms, gig economy, precarious employment, and the invisible hand of social class. *International Journal of Health Services*, 48(4), pp. 597-600.
- NADLER, S. S. N. (2014): *The sharing economy: what is it and where is it going?* (Doktori disszertáció, Massachusetts Institute of Technology).
- NAGY S. – CSISZÁR CS. (2017): Ride-sharing utazások elemzése tömegvonzási modellekkel. https://www.researchgate.net/profile/Csaba-Csiszar/publication/346949430_Ride-sharing_utazasok_elemzese_tomegvonzasi_modellekkel/links/5fd360d945851553a0a94df9/Ride-sharing-utazasok-elemzese-toemgvonzasi-modellekkel.pdf (letöltés dátuma: 2021. 03. 22.)
- NAKANISHI, W. – YAMASHITA, Y. – ASAKURA, Y. (2020): Empirical analysis on long-distance peer-to-peer ridesharing service in Japan. *International Journal of Sustainable Transportation*, pp. 1-6.
- NERINCKX, S. (2016): The ‘Uberization’ of the labour market: some thoughts from an employment law perspective on the collaborative economy. In *ERA Forum* 17(2), pp. 245-265.
- NEWLANDS, G. – LUTZ, C. – FIESELER, C. (2018): Recommendations for the sharing economy:(re-) balancing power. *Available at SSRN 3106584*.
- O'BRIEN, R. (1992): *Global financial integration: the end of geography*. Royal Institute of International Affairs, London.
- OWYANG, J. – SAMUEL, A. (2015): The new rules of the collaborative economy. *Vision Critical*, 28.
- PARGMAN, D. – ERIKSSON, E. – FRIDAY, A. (2016): Limits to the sharing economy. In *Proceedings of the Second Workshop on Computing within Limits*, pp. 1-7.
- PIRISI G. – TRÓCSÁNYI A. (2019): *Fejezetek a társadalomföldrajz világából*. Publikon Kiadó, Pécs. 260 p.
- PRICE, L. L. – BELK, R. (2016): Consumer ownership and sharing: Introduction to the issue. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(2), pp. 193-197.
- PRADA, A. – IGLESIAS, C. A. (2020): Predicting reputation in the sharing economy with twitter social data. *Applied Sciences*, 10(8), 2881.
- PRILLWITZ, J. – HARMS, S. – LANZENDORF, M. (2006): Impact of life-course events on car ownership. *Transportation Research Record*, 1985(1), pp. 71-77.
- POURI, M. J. – HILTY, L. M. (2018): Conceptualizing the digital sharing economy in the context of sustainability. *Sustainability*, 10(12), 4453.

- PUSCHMANN, T. – ALT, R. (2016): Sharing economy. *Business & Information Systems Engineering*, 58(1), pp. 93-99.
- RANCHORDÁS, S. (2015): Does sharing mean caring: Regulating innovation in the sharing economy. *Minn. JL Sci. & Tech.*, 16, 413 p.
- RANJBARI, M. – MORALES-ALONSO, G. – CARRASCO-GALLEGO, R. (2018): Conceptualizing the sharing economy through presenting a comprehensive framework. *Sustainability*, 10(7), 2336.
- REVIKOVA, S. – RATNER, S. – LAZANYUK, I. – GOMONOV, K. (2020): Sharing economy in Russia: Current status, barriers, prospects and role of universities. *Sustainability*, 12(12), 4855.
- RICHARDSON, L. (2015): Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, pp. 121-129.
- RITTER, M. – SCHANZ, H. (2019): The sharing economy: A comprehensive business model framework. *Journal of cleaner production*, 213, pp. 320-331.
- SAINAGHI, R. – KÖSEOĞLU, M. A. – D'ANGELLA, F. – MEHRALIYEV, F. (2020): Sharing economy: a co-citation analysis. *Current Issues in Tourism*, 23(8), pp. 929-937.
- SANTAMARIA, C. – SERMI, F. – SPYRATOS, S. – IACUS, S. M. – ANNUNZIATO, A. – TARCHI, D. – VESPE, M. (2020): Measuring the impact of COVID-19 confinement measures on human mobility using mobile positioning data. A European regional analysis. *Safety Science*, 132, 104925.
- SANTOS, G. (2018): Sustainability and shared mobility models. *Sustainability*, 10(9), 3194.
- SCHLAGWEIN, D. – SCHODER, D. – SPINELDREHER, K. (2020): Consolidated, systemic conceptualization, and definition of the “sharing economy”. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 71(7), pp. 817-838.
- SCHOLZ, T. (2014): ‘Platform cooperativism vs. the sharing economy’, Medium: <https://medium.com/@trebors/platform-cooperativism-vs-the-sharing-economy-2ea737f1b5adü>
- SCHOLZ, T. – N. SCHNEIDER (szerk) (2016): Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, A New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet, New York: OR Books.
- SCHOR, J. (2016): Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), pp. 7-22.
- SCHOR, J. B. – ATTWOOD-CHARLES, W. (2017): The “sharing” economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11(8), e12493.
- SETIFFI, F. – LAZZER, G. P. (2018): Riding free-riders? A study of the phenomenon of BlaBlaCar in Italy. In *Contemporary Collaborative Consumption*, pp. 77-96.

- SHAHEEN, S. – COHEN, A. (2019): Shared ride services in North America: definitions, impacts, and the future of pooling. *Transport reviews*, 39(4), pp. 427-442.
- SHAHEEN, S. – STOCKER, A. – MUNDLER, M. (2017): Online and app-based carpooling in France: Analyzing users and practices – A study of BlaBlaCar. *Disrupting mobility*, (pp. 181-196. Springer, Cham.
- SIGALA, M. (2017): Collaborative commerce in tourism: implications for research and industry. *Current Issues in Tourism*, 20(4), pp. 346-355.
- SIMONOVITS, B. – SHVETS, I. – TAYLOR, H. (2018): Discrimination in the sharing economy: evidence from a hungarian field experiment on the topic of ridesharing. *Corvinus Journal of Sociology & social policy*, 9(1).
- SLEE, T. (2017): What's yours is mine: Against the sharing economy. Harper Collins, New York. 288 p.
- STANDING, C. – STANDING, S. – BIERMANN, S. (2019): The implications of the sharing economy for transport. *Transport Reviews*, 39(2), pp. 226-242.
- STEPHANY, A. (2015): The business of sharing: Making it in the new sharing economy. Springer. 240 p.
- STIGLIC, M. – AGATZ, N. – SAVELSBERGH, M. – GRADISAR, M. (2015): The benefits of meeting points in ride-sharing systems. *Transportation Research Part B: Methodological*, 82, pp. 36-53.
- SUNDARAJAN, A. (2016): The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism. MIT Press, Cambridge. 256 p.
- SUTHERLAND, W., – JARRAHI, M. H. (2018): The sharing economy and digital platforms: a review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 43, pp. 328-341.
- SZABÓ, K. – GUPTA, G. S. (2020): Growth of Sharing Economy in Hungary; Long Distance Car Sharing – A Case Study of Oszkár. *Rev. Eur. Stud.*, 12, 9. pp. 9-17.
- TAREK, M. O. R. – AMIT, S. A. J. I. D. (2019): A closer look at the sharing economy, global ridesharing and ridesharing in Bangladesh. *ULAB thought leadership article, Centre for Enterprise and Society*.
- TER HUURNE, M. – RONTELTAP, A. – CORTEN, R. – BUSKENS, V. (2017): Antecedents of trust in the sharing economy: A systematic review. *Journal of Consumer Behaviour*, 16(6), pp. 485-498.
- TEUBNER, T. – FLATH, C. M. (2015): The economics of multi-hop ride sharing. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), pp. 311-324.

THEBAULT-SPIEKER, J. – TERVEEN, L. – HECHT, B. (2017): Toward a geographic understanding of the sharing economy: Systemic biases in UberX and TaskRabbit. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 24(3), pp. 1-40.

TOBLER, W. R. (1970): A computer movie simulating urban growth in the Detroit region. *Economic geography*, 46(1), pp. 234-240.

TÓTH J. (2002): Általános társadalomföldrajz II. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs. 304 p.

VAN DIJK, J. H. – HACKER, K. (2003): The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. *The information society*, 19(4), pp. 315-326.

VAUGHAN, R. – DAVERIO, R. (2016): Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe. Publications Office of the European Union, 42 p.

WACHSMUTH, D. – WEISLER, A. (2018): Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 50(6), pp. 1147-1170.

WANG, Y. – WANG, S. – WANG, J. – WEI, J. – WANG, C. (2020): An empirical study of consumers' intention to use ride-sharing services: using an extended technology acceptance model. *Transportation*, 47(1), pp. 397-415.

WEBSTER, F. (2014): Theories of the information society. Routledge.

Letöltés dátuma: 2019. 08. 08.

<http://www.kultx.cz/wp-content/uploads/theories-of-the-information-society-by-frank-webster.pdf>

WESTERBEEK, J. – UBACHT, J. – VOORT, H. V. D. – HEUVELHOF, E. T. (2016): Studying the effects of peer-to-peer sharing economy platforms on society. In *Electronic Government and Electronic Participation: Joint Proceedings of Ongoing Research, PhD Papers, Posters and Workshops of IFIP EGOV and EPart 2016* (Vol. 23, pp. 222-234). IOS Press.

WELLS, P. – WANG, X. – WANG, L. – LIU, H. – ORSATO, R. (2020): More friends than foes? The impact of automobility-as-a-service on the incumbent automotive industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 154, 119975.

WIRTZ, J. – SO, K. K. F. – MODY, M. A. – LIU, S. Q. – CHUN, H. H. (2019): Platforms in the peer-to-peer sharing economy. *Journal of Service Management*. 30 (4), pp. 452-483.

WOSSKOW, D. (2014): Unlocking the sharing economy: An independent review. London: Department for Business, Innovation and Skills.

XU, Y. – KULIK, L. – BOROVIKA-GAJIC, R. – ALDWYISH, A. – QI, J. (2020): Highly Efficient and Scalable Multi-hop Ride-sharing. In *Proceedings of the 28th International Conference on Advances in Geographic Information Systems*, pp. 215-226.

YEUNG, T. Y. C. – ZHU, D. (2021): Ridesharing to the Rescue: Usage and Welfare Impact of BlaBlaCar during the 2018 French Railway Strike. *Available at SSRN 3773045*.

YU, B. – MA, Y. – XUE, M. – TANG, B. – WANG, B. – YAN, J. – WEI, Y. M. (2017): Environmental benefits from ridesharing: A case of Beijing. *Applied energy*, 191, pp. 141-152.

ZERVAS, G. – PROSERPIO, D. – BYERS, J. (2015): A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average. Where Every Stay is Above Average. *Marketing Letters* (2021) 32: pp. 1-16.

ZHONG, L. – ZHANG, K. – NIE, Y. M. – XU, J. (2020): Dynamic carpool in morning commute: Role of high-occupancy-vehicle (HOV) and high-occupancy-toll (HOT) lanes. *Transportation Research Part B: Methodological*, 135, pp. 98-119.

ZIPF, G. K. (1949): *Human Behavior and the Principle of Least Effort*. Cambridge, MA: AddisonWesley.

Internetes hivatkozások:

AUTOPAL 2020: <https://autopal.hu/hu/about-us>
(letöltés dátuma: 2020. 08. 10.)

BUDAPEST AIRPORT 2020:
https://www.bud.hu/file/documents/3/3264/bud_traffic_report_2019_2020.pdf
(letöltés dátuma: 2020. 07. 01.)

DEBRECEN ITS 2020: <https://www.debrecen.hu/hu/debreceni/integralt-telepulesfejlesztesi-strategia>
(letöltés dátuma: 2020. 08. 01.)

DATA.GOUV.FR 2020: <https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/aires-de-covoiturage-en-france/>
ENET 2018: <https://enet.hu/hirek/kozossegi-gazdasag-ujratoltve/>
(letöltés dátuma: 2018. 12. 30.)

EUROMONITOR 2016: <https://blog.euromonitor.com/hungary-the-painful-birth-of-the-sharing-economy/>
(letöltés dátuma: 2017. 10. 30.)

EURÓPAI BIZOTTSÁG 2016: https://ec.europa.eu/growth/single-market/services/collaborative-economy_en (letöltés dátuma: 2020. 03. 26.)

FESZTIVÁLREGISZTRÁCIÓ.HU:
http://www.fesztivalregisztracio.hu/index.php?modul=rendezveny&action=show&fesztival_id=2852
(letöltés dátuma: 2018. 08. 01.)

FINANCIAL TIMES 2020: <https://ig.ft.com/uber-game/>
(letöltés dátuma: 2020. 07. 12.)

FORSENSE 2017: <https://www.forsense.hu/megosztasos-gazdasag/>
(letöltés dátuma: 2020. 07. 06.)

INTERNETWORLDSTATS 2019: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
(letöltés dátuma: 2020. 02. 06.)

IPSOS 2020: <https://www.ipsos.com/hu-hu/turizmus-es-rendezvenyszervezes-fellelegezhet-jarvany-utan>

(letöltés dátuma: 2020. 07. 12.)

KECSKEMÉT ITS 2016: https://kecskemet.hu/uploaded_files/files/document/2020-05/129-2016_mell%C3%A9klet_1.pdf

(letöltés dátuma: 2021. 04. 11.)

KORMÁNYRENDELET 2016: <http://www.kozlonyok.hu/nkonline/MKPDF/hiteles/MK16015.pdf>

(letöltés dátuma: 2020. 05. 09.)

KSH 2019: https://www.ksh.hu/teruletiatlasz_telepulesek

(letöltés dátuma: 2020. 01. 22.)

MAGYARBUSZINFÓ 2020: <https://magyarbusz.info/2020/06/24/labadozas-a-volanbusz-zrt-helyzete-a-koronavirus-jarvany-utan/>

(letöltés dátuma: 2020. 06. 02.)

MAV-START.HU 2021: <https://elvira.mav-start.hu/>

(letöltés dátuma: 2021. 04. 06.)

MENETRENDEK.HU 2021: <https://menetrendek.hu/>

(letöltés dátuma: 2021. 04. 05.)

MERRIAM-WEBSTER 2019: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/sharing%20economy>

(letöltés dátuma: 2019. 11. 27.)

MOBILITY LAB 2018: <https://mobilitylab.org/2018/10/19/women-use-car-sharing-less-than-men-because-of-gender-roles-study-finds/>

(letöltés dátuma: 2019. 03. 03.)

MOVMI 2020: <https://movmi.net/carsharing-market-growth-2019/>

(letöltés dátuma: 2020. 07. 12.)

OECD 2019: "What is an "online platform"?", in An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/19e6a0f0-en>.

(letöltés dátuma: 2020. 07. 23.)

OSZKÁR 2016: <https://blog.oszkar.com/a-telekocsizas-es-a-hatosagok/>

(letöltés dátuma: 2020. 03. 01.)

OSZKÁR ÜZLETI SOFŐRÖK: <https://blog.oszkar.com/uzletszeru-szemelyszallitas-kisokos/>

(letöltés dátuma: 2020. 06. 11.)

OSZKÁR POLICY: <https://www.oszkar.com/misc/policy.php>

(letöltés dátuma: 2020. 07. 28.)

OXFORDI SZÓTÁR 2019: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sharing-economy> (letöltés dátuma: 2019. 12. 8.)

PIRISI G. 2012: <http://tamop412a.ttk.pte.hu/files/foldrajz2/ch03s05.html>

(letöltés dátuma: 2018. 08. 06.)

PWC 2016: https://www.pwc.com/hu/en/pressroom/2016/sharing_economy_europe.html

(letöltés dátuma: 2019. 11. 06.)

RKK 2020: <http://www.rkk.hu/hu/covid-19-kutatasok.html>

(letöltés dátuma: 2019. 12. 02.)

SOPRON ITS 2020: http://portal.sopron.hu/upload/content/54/5468/_54686/ITFS.pdf

SZEGED ITS 2020: <https://www.szegedvaros.hu/2014-2020-modositasok/>

(letöltés dátuma: 2020. 12. 29.)

TATABÁNYA 2020: <https://docplayer.hu/113509471-Tatabanya-2020-tatabanya-megyei-jogus-varos-integralt-teruleti-programja.html>

(letöltés dátuma: 2020. 01. 14.)

TIMBRO SHARING ECONOMY INDEX 2018

(letöltés dátuma: 2020. 02. 05.)

VILÁGBANK 2019: <http://blogs.worldbank.org/opendata/new-country-classifications-income-level-2019-2020> (letöltés dátuma: 2020. 04. 18.)

VILÁGGAZDASÁGI FÓRUM 2018: <https://www.weforum.org/agenda/2018/10/a-methodology-for-measuring-the-collaborative-economy/> (letöltés dátuma: 2019. 06. 13.)

WORLD ECONOMIC FORUM 2017: <https://www.weforum.org/agenda/2017/01/worlds-biggest-corporate-giants/> (letöltés dátuma: 2019. 10. 25.)

Ábrajegyzék

1. ábra A „sharing economy” kifejezés globális népszerűsége a Google Trends keresési előzmények alapján 2006 és 2019 között	10
2. ábra A „sharing economy” kifejezés népszerűsége hat ország példáján a Google Trends keresési előzmények alapján 2006 és 2019 között	12
3. ábra A „hagyományos” és „modern” megosztás jellemzői	14
4. ábra A megosztáson alapuló gazdaság definíciói a közös elemek és a publikálás éve alapján	18
5. ábra A platformok földrajzi vonatkozásainak mátrixa – néhány példán keresztül	30
6. ábra A peer-to-peer tranzakció keresztmetszei képe	34
7. ábra A platformok kutatásának lehetséges irányai	37
8. ábra A telekocsizás helye a megosztáson alapuló gazdaságban	43
9. ábra. A kérdőív (N=425) kitöltőinek állandó lakhely szerinti megoszlása abszolút számban	50
10. ábra Példa a találkozási helyeket tartalmazó hirdetésre	56
11. ábra Néhány példa a nyers adatokra	57
12. ábra A geokódolás folyamata a tisztított adatbázis vizuális megjelenítéskor	59
13. ábra A platformok öt nagy vizsgálati szempontja	61
14. ábra Egy telekocsi hirdetés nyilvános profilja (üzleti sofőr)	64
15. ábra Hirdetés találatok pécsi indulás esetén (2021. január 29.)	67
16. ábra Értékeléstípusok a platformon egy sofőr nyilvános profilján	70
17. ábra A felhasználók részvételét meghatározó tényezők néhány példája	72
18. ábra A platformokon résztvevők korcsoport szerinti megoszlása a kérdőív adatai alapján	74
19. ábra A telekocsi és a közösségi közlekedés árainak összehasonlítása	77
20. ábra Az OSZKÁR utasainak előző közlekedési eszközei a telekocsizás viszonylatain (1. kérdőív alapján)	78
21. ábra A közvetítő platformok tranzakcióinak online és offline terekben történő megjelenése	79
22. ábra Egy hónap összesített telekocsi utazásainak viszonylatai abszolút számban (2017 szeptember)	80
23. ábra Egy hónap összesített telekocsi utazásainak viszonylatai a népességszámhoz viszonyítva (2017 szeptember)	83
24. ábra Négy hét összesített telekocsi utazásainak top40 viszonylatai (2017 szeptember)	84
25. ábra Korrelációs mátrix (SPSS) eredmények	86
26. ábra Lineáris regresszió (SPSS)	87
27. ábra Lineáris regresszió – stepwise módszerrel (SPSS)	87
28. ábra A top 50 települések utazásait megyei bontásban bemutató Chord-diagram	89
29. ábra Egy hét összesített viszonylatai (2014. december 8. – 14.)	94
30. ábra Egy hét összesített viszonylatai (2015. június 29. – július 5.)	94
31. ábra A viszonylatok átlagos úthossza (2014. szeptember 22. – 28., 2014. december 8. – 14., 2015 június 29. – július 5.) Szerk.: Bálint D.	95
32. ábra A kiválasztott 17 fesztivál telekocsi-számai heti bontásban	96
33. ábra A kiválasztott 17 település és település-nyomása	97
34. ábra A népességszám, látogatószám és telekocsi-utast forgalom változásainak összefüggései a 17 település példáján Szerk.: Bálint Dóra	99
35. ábra A telekocsiforgalom változásai az első járványhullám idején ü	101
36. ábra A viszonylatok területi alakulása az első járványhullám idején (veszélyhelyzet) – Szerk.: Bálint Dóra Kartográfia: Szabó T.	104
37. ábra A viszonylatok területi alakulása az első járványhullám idején (kijárási korlátozások) – Szerk.: Bálint D. Kartográfia: Szabó T.	105
38. ábra A telekocsi-utazások találkozási pontjainak keresztmetszeti ábrája (felvevő- és érkezési pont) Szerk.: Bálint D.	108
39. ábra Szeged és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki	113
40. ábra A Mars tér és környéke (Szeged)	115
41. ábra Debrecen és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki	116
42. ábra A Tesco parkoló és környéke (Debrecen)	118
43. ábra A vasútállomás és környéke (Debrecen)	118
44. ábra Kecskemét és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki	119
45. ábra A vasútállomás és környéke (Kecskemét)	120
46. ábra Sopron és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki	121

47. ábra A vasútállomás és környéke (Sopron).....	122
48. ábra Tatabánya és a 0,5%-nál nagyobb arányú említések a hirdetésekben (találkozási pontok) – a körök mérete az említések százalékos arányát fejezi ki.	123
49. ábra A Lukoil benzinkút és környéke (Tatabánya)	124
50. ábra A vasútállomás, a Vértes Center és környéke (Tatabánya)	125
1. táblázat A megosztáson alapuló gazdaság definíciós kísérletei	19
2. táblázat A lekérdezések általános jellemzői	53
3. táblázat A kiválasztott fesztiválok nevei és települései.....	54
4. táblázat Részlet a lekérdezés 3. adatbázisából	55
5. táblázat Találkozási hely változatok Debrecen példáján – Kishegyesi út 1-11 Tesco geokódolási címre	58
6. táblázat Részlet a lekérdezés három adatbázisából	59
7. táblázat A platformokra való belépés néhány eleme az OSZKÁR példáján	63
8. táblázat Zipf törvénye alapján számított lakosság szám és a tényleges magyarországi lakosság szám	81
9. táblázat A hazai városok felosztása a telekocsi-platform utazásai és forgalma alapján	85
10. táblázat 2017 szeptember egyhavi telekocsi utazásainak legnépszerűbb, top 50 viszonylatai	92
11. táblázat A településhierarchiában elfoglalt helyzet és az abszolút számok alapján mért telekocsi forgalom	109
12. táblázat A vizsgált öt város legnépszerűbb találkozási helyei a hirdetések alapján, Szerk.: Bálint D.....	110

Melléklet

1. Kérdőív: 2015 augusztus

Telekocsizók társadalmi háttere és utazási szokásai

Kedves Kitöltő!

Bálint Dóra, elsőéves PhD-hallgató vagyok a Pécsi Tudományegyetem Földrajzi Intézetéből. Jelen kérdőívben azt vizsgálom, hogy a társadalom mely részéből kerülnek ki a telekocsizók közösségének tagjai, mik a főbb motivációik és milyen viszonylatok között használják ezt a szolgáltatást.

A kérdőív anonim, kitöltése 4-7 percet vesz igénybe.

Segítségét előre is köszönöm!

***Kötelező**

Honnan, milyen forrásból hallott először a telekocsizásról? *

Internet (közösségi oldalak)

Internet (egyéb források: pl. online hirdetések)

Barátok, ismerősök ajánlása

Televízió, újság, rádió

Egyéb:

Hogyan telekocsizik? *

Autómat osztom meg sofőrként

Utasként

Mindkét módon

Milyen gyakran veszi igénybe a telekocsi szolgáltatást? *

Rendszeresen (pl. ingázik: hetente, havonta vagy más időközönként)

Alkalmoszerűen (néha pl. nyaralás, rokonlátogatás stb.)

Hány alkalommal utazott már telekocsival? *

(Oszkárral vagy más internetes oldalon keresztül)

Egyszer

Néhányszor (2-5 alkalommal)

Többször (5-10 alkalommal)

Sokszor (10 alkalom felett)

Milyen távolságra/távolságokra utazik telekocsival? *

(Egyszerre több választ is jelölhet!)

50 km alatt

51-100 km között

101-150 km között

151-200 km között

201-250 km között

251-300 km között

301 km felett

Azt a távolságot, melyet telekocsival tesz meg, korábban milyen közlekedési eszközzel győzte

le? *

Autó

Busz

Vonat

A telekocsizás előtt nem utaztam ezeken az útvonalakon

Egyéb:

Belföldi vagy külföldi úti célok eléréséhez használja a telekocsit? *

(Az utazás során átlépi-e az országhatárt?)

Csak belföldi

Csak külföldi

Belföldi és külföldi egyaránt

Írja le annak a településnek (településeknek) a nevét, AHONNAN telekocsival szokott utazni? *

Írja le annak a településnek (településeknek) a nevét, AHOVA telekocsival szokott utazni! *
(Amennyiben oda-vissza közlekedik egy útvonalon, kérem itt is sorolja fel a települést.)

Azért telekocsizok, mert az olcsóbb, mint a tömegközlekedés.

(A kérdés csak az utasokra vonatkozik.)

Egyáltalán nem igaz

- 1
- 2
- 3
- 4

Teljesen igaz

Ha tehetem, mindig ugyanazokkal a sofőrökkel utazom.

(A kérdés csak az utasokra vonatkozik.)

Egyáltalán nem igaz

- 1
- 2
- 3
- 4

Teljesen igaz

A telekocsizás során új ismertségeket kötöttem. *

Egyáltalán nem igaz

- 1
- 2
- 3
- 4

Teljesen igaz

Telekocsival elsősorban nagyobb távolságokra (100 km felett) utazom. *

Egyáltalán nem igaz

- 1
- 2
- 3
- 4

Teljesen igaz

A telekocsizás számomra újfajta élményt nyújt a többi közlekedési módhoz képest. *

Egyáltalán nem igaz

- 1
- 2
- 3
- 4

Teljesen igaz

Általános adatok

Életkor: *

Nem *

Állandó lakhely *

(Ami a lakcímkártyáján szerepel.)

Lakhely

(Amennyiben nem azon a településen él életvitelszerűen, ami a lakcímkártyáján szerepel)

Legmagasabb iskolai végzettség *

Általános iskola

Szakmunkásképző

Érettségi (szakközép, gimnázium)

OKJ

Felsőfokú diploma (főiskola, egyetem)

Egyéb:

Foglalkozás *

Tanuló

Alkalmazott

Nyugdíjas

Vállalkozó

Középvezető

Felsővezető

Egyéb:

Jogosult-e valamilyen utazási kedvezményre? *

Igen

Nem

Ha jogosult, milyen típusú kedvezménye van?

Diák

Nyugdíjas

Közalkalmazott

Nagycsaládos

Egyéb:

Van-e jogosítványa? *

Igen

Nincsen

Rendelkezik-e saját gépkocsival? *

(Ami az Ön nevén van)

Igen

Nem

Amennyiben autóként telekocsizik mi volt a fő motivációja autója megosztásakor?

(Írja le néhány mondatban!)

Milyen közösségi oldalakat használ? *

(Egyszerre több választ is jelölhet)

Facebook

Twitter

LinkedIn

Google+

Twitter

Pinterest

Instagram

Egyéb:

2. Kérdőív: Kibővített kérdőív – 2021. február-március

Telekocsizók társadalmi háttéré és utazási szokásai

Kedves Kitöltő!

Bálint Dóra, a KRTK Közgazdaság- és Regionális Tudományi Központjának munkatársa vagyok. Jelen kérdőívben a telekocsizók társadalmi háttérét, főbb motivációit és az utazási szokásaikat vizsgálom.

A kérdőív anonim, kitöltése 4-7 percet vesz igénybe.

Segítségét előre is köszönöm!

Honnan, milyen forrásból hallott először a telekocsizásról? *

Internet (közösségi oldalak)
Internet (egyéb források: pl. online hirdetések)
Barátok, ismerősök ajánlása
Televízió, újság, rádió
Egyéb:

Hogyan telekocsizik? *

Autómat osztom meg sofőrként
Utasként
Mindkét módon

Milyen gyakran veszi igénybe a telekocsi szolgáltatást? *

Rendszeresen (pl. ingázik: hetente, havonta vagy más időközönként)
Alkalmoszerűen (néha pl. nyaralás, rokonlátogatás stb.)

Számít-e Önnek, hogy a sofőr üzletszerűen vagy csak magánszemélyként telekocsizik? *

Klasszikus: nem üzletszerűen, hanem magánszemélyként
Igen, az üzleti sofőröket részesítem előnyben
Igen, a magánszemélyeket részesítem előnyben
Nem számít
Egyéb:

Hány alkalommal utazott már telekocsival? *

(Oszkárrel vagy más internetes oldalon keresztül)
Egyszer
Néhányszor (2-5 alkalommal)
Többször (5-10 alkalommal)
Sokszor (10 alkalom felett)

Milyen távolságra/távolságokra utazik telekocsival? *

(Egyszerre több választ is jelölhet!)

50 km alatt
51-100 km között
101-150 km között
151-200 km között
201-250 km között
251-300 km között
301 km felett

Azt a távolságot, melyet telekocsival tesz meg, korábban milyen közlekedési eszközzel győzte le? *

Autó
Busz
Vonat
A telekocsizás előtt nem utaztam ezeken az útvonalakon
Egyéb:

A felsoroltak közül melyik tényező motiválja abban, hogy a tömegközlekedéssel szemben inkább telekocsival utazzon?

Minimum 1, maximum 3 választ jelöljön meg.

A tömegközlekedés kötött menetrendje

Menetidő

Kényelem

Ár

Új emberek megismerése

Egyéb:

Van-e jogosítványa? *

Igen

Nincsen

Belföldi vagy külföldi úti célok eléréséhez használja a telekocsit? *

(Az utazás során átlépi-e az országhatárt?)

Csak belföldi

Csak külföldi

Belföldi és külföldi egyaránt

Igaz-e Önre az alábbi állítás: mindig ugyanazon az útvonalon közlekedek telekocsival? *

Igaz

Hamis

Amennyiben nem igaz a korábbi állítás: Nevezze meg azt 3 települést, AHONNAN

leggyakrabban utazik telekocsival.

Amennyiben csak egyszer utazott telekocsival azt a települést nevezze meg, ahonnan utazott.

Saját válasz

Amennyiben nem igaz a korábbi állítás: Nevezze meg azt 3 települést, AHOVA leggyakrabban utazik telekocsival.

Amennyiben csak egyszer utazott telekocsival azt a települést nevezze meg, ahova utazott.

Saját válasz

A felsoroltak közül válasszon egy szempontot, amely meghatározza azt, hogy mely hirdetés

fogja kiválasztani az utazáshoz. *

Az Ön által tervezett utazási időpontban elérhető indulások közül.

Sofőrre leadott értékelések

Az autó típusa

Sofőr tapasztaltsága

Autó típusa, szolgáltatás

Szolgáltatás típusa (klasszikus vagy üzleti sofőr)

Ha az utazás során bármilyen negatív tapasztalat éri, ad-e róla nyilvános visszajelzést az értékelés során? *

Igen, minden esetben

Igen, néha

Nem

Oszkározik-e sofőrként is? *

Igen

Nem

Telekocsizás sofőrként

Amennyiben autósként telekocsizik mi volt a fő motivációja autója megosztásakor?
(Írja le néhány mondatban!)

Saját válasz

Használ-e más telekocsi platformokat az OSZKÁR-on kívül?

Pl. Facebook-csoportok vagy egyéb platformok

Igen

Nem

Általános adatok

Életkor: *

Kiválasztás

Nem *

Kiválasztás

Állandó lakhely *

(Ami a lakcímkártyáján szerepel.)

Saját válasz

Lakhely

(Amennyiben nem azon a településen él életvitelszerűen, ami a lakcímkártyáján szerepel)

Saját válasz

Legmagasabb iskolai végzettség *

Általános iskola

Szakmunkásképző

Érettségi (szakközép, gimnázium)

OKJ

Felsőfokú diploma (főiskola, egyetem)

Egyéb:

Foglalkozás *

Tanuló

Alkalmazott

Nyugdíjas

Vállalkozó

Középvezető

Felsővezető

Egyéb:

Családi állapot *

Egyedülálló
Élettársi kapcsolatban
Házas
Elvált
Özvegy

Jogosult-e valamilyen utazási kedvezményre? *

Igen
Nem

Ha jogosult, milyen típusú kedvezménye van?

Diák
Nyugdíjas
Közalkalmazott
Nagycsaládos
Egyéb:

Rendelkezik-e saját gépkocsival? *

(Ami az Ön nevéen van)

Igen
Nem

Milyen közösségi oldalakat használ? *

(Egyszerre több választ is jelölhet)

Facebook
Twitter
LinkedIn
Google+
Twitter
Pinterest
Instagram
Egyéb:

Általános utazási szokások

Azért telekocsizok, mert az olcsóbb, mint a tömegközlekedés.

(A kérdés csak az utasokra vonatkozik.)

Egyáltalán nem igaz

1
2
3
4

Teljesen igaz

Ha tehetem, mindig ugyanazokkal a sofőrökkel utazom.

(A kérdés csak az utasokra vonatkozik.)

Egyáltalán nem igaz

1
2
3
4

Teljesen igaz

A telekocsizás során új ismeretségeket kötöttem. *

Egyáltalán nem igaz

- 1
- 2
- 3
- 4

Teljesen igaz

Telekocsival elsősorban nagyobb távolságokra (100 km felett) utazom. *

Egyáltalán nem igaz

- 1
- 2
- 3
- 4

Teljesen igaz

A telekocsizás számomra újfajta élményt nyújt a többi közlekedési módhoz képest. *

Egyáltalán nem igaz

- 1
- 2
- 3
- 4

Oszkározás a COVID-19 világjárvány alatt

Utazott-e az OSZKÁR platformon keresztül a COVID-19 világjárvány első, tavaszi járványhulláma idején - március 15 és június 18. között? *

Az első hullám idejét a korlátozások bevezetése és feloldása alapján jelöltem ki.

- Igen, utasként
- Igen, sofőrként
- Igen, mindkét módon
- Nem

Utazás COVID-19 idején

Amennyiben használta az OSZKÁR platformot milyen óvintézkedéseket tett az első hullám idején?

- Utasként vagy sofőrként
- Maszkot hordtam
- Fokozottan ügyeltem a kézfertőtlenítésre
- Más, kevésbé forgalmas időpontban utaztam
- Egyéb:

Befolyásolja-e a járványhelyzet azt, hogy az utazásához milyen közlekedési eszközt választ?

(pl. telekocsi, tömegközlekedés) *

- Igen, teljes mértékben
- Igen, alkalmanként

Talán
Nem igazán
Egyáltalán nem

Ha járványhelyzet idején feltétlenül utaznia kell az országon belül milyen közlekedési eszközt részesít előnyben? *

Telekocsi (pl. OSZKÁR platform)

Busz

Vonat

Ismerősökkel, munkatársakkal utazom (informális telekocsizás)

Személygépjármű

Egyéb:

3. Interjúvázlat:

A fő motivációkra irányuló kérdések

Mi a fő oka annak, hogy a telekocsit használja? Meséljem, hogy első oszkározása milyen alkalomból történt?

Sofőrválasztással kapcsolatos kérdések

Meséljen arról, hogy mi alapján választja ki a sofőrt az OSZKÁR platformon?

Számít-e Önnek, hogy üzleti sofőrrel vagy magánszeméllyel utazik?

Amikor sofőrt választott számított-e Önnek, hogy ismerős sofőr legyen?

Ki az a sofőr, akit legszívesebben választ?

Az utazással kapcsolatos kérdések

Volt-e olyan, hogy egy utazás nagyon rossz emlékeket hagyott Önben?

Meséljen a kedvenc telekocsis utazásáról!

Amikor utazik a többi utassal van bármiféle interakció?

A köztes megállásokat előre leegyeztetik vagy van beleszólás?

Mi az oka annak, hogy mostanában nem használja az OSZKÁR-t (amennyiben már nem telekocsizik)?