

Oszd meg gazdaságosan!

Szabó Kinga¹

Összefoglalás

A közösségi gazdaság gyors növekedése az elmúlt két évtizedben a globális kapitalizmus és a társadalmi értékek paradigmaváltásának az eredménye. A digitális identitás és a bizalom és reputációs index alapján az informatikai platformok olyan idegeneket hoznak össze egymással, akik kihasználatlanul álló eszközeiket és kapacitásaikat osztják meg azokkal, akiknek szükségük van rá. A bizalom, amely kezdetben a családra és a barátokra korlátozódott, most olyan idegenekre is kiterjed, akikkel nem beszélnek közös nyelvet és földrészek választják el egymástól. A technológiai fejlesztések és az egy főre jutó jövedelem növekedésével a gépjármű ágazat az elmúlt néhány évtizedben jelentősen nőtt, a személygépkocsik száma 2010-ben először haladta meg az egymilliárdot (Worldometers, 2017). Az autók számának növekedése és tömegesen városokba költözők száma jelentősen megnövelték a forgalmi dugókat, a parkolási problémákat, valamint a légszennyezést. Az autómegosztás lett az egyik alternatív megoldása ezeknek a problémáknak közös taxik, telekocsik, közös autóhasználat formájában. Az autómegosztás jó példája a közösségi gazdaság növekedésének, a társadalmi értékek paradigmaváltásának és az idegenekkel való kihasználatlan erőforrások megosztásának, amit az IT platformok és a mobilalkalmazások elterjedése tovább segített. Az autómegosztás környezetbarát, fenntartható, amely sikeresen csökkenti a karbonlábnyomot és a forgalmi torlódásokat.

Bevezetés

A közösségi vagy megosztási gazdaság majdnem egyidős az emberiséggel. Már az emberiség hajnalán is számos példát találunk a közösségi gazdaságra elég, ha a vadászatra, a halászatra és a földművelésre gondolunk. Az ipari forradalom után a vasutat, a tömegközlekedést, a szállodákat, a könyvtárakat hozhatjuk fel a közösségi gazdaság példájának. A közösségi gazdaság modern koncepciója azonban a magántulajdonban lévő kihasználatlanul álló erőforrások, például lakások, autók, használati tárgyak, szolgáltatások és tudás informatikai platformon való megosztásán alapul. Az informatika és az internet gyors fejlődése segítette a platformok elterjedését, ahol lehetővé válik valós idejű üzleti interakció idegenek között a világ minden részéről. A közösségi gazdaság (megosztási vagy együttműködésen alapuló/kollaboratív gazdaságnak is nevezik) ma használt fogalma gyűjtőfogalom, amelynek alapját az online platformok jelentik, amelyek lehetővé teszik a felesleges erőforrások és eszközök, például lakás, tárgyak, autók, sőt készségek és tudás megosztását (Hamari et al., 2016). Az információs technológia gyors elterjedésével és a tulajdonnal kapcsolatos társadalmi konstrukció változásával az emberek hajlandóak megosztani erőforrásaikat haszonszerzés céljából. A közösségi média platformjai, mint például a Facebook, a WhatsApp, a Trip Advisor és a Pinterest, ahol az emberek ötleteket, információkat osztanak meg egymással, szintén segítik a közösségi gazdaság növekedését (Cusumano, 2014).

Az elmúlt két évtizedben bekövetkezett gazdasági és társadalmi hatások következtében az ingatlanok és tárgyak birtoklása egyre lazábbá, porózusabbá és likvidebbé vált. A társadalmi struktúra, a társadalmi intézmények és értékrend gyökeres változáson ment keresztül az elmúlt évtizedekben. A társadalmi viszonyok, amelyek egyre inkább instabilak és gyorsan változnak, a globalizáció és a technológia nagymértékű hatást gyakorolt, már nem szolgálnak referenciakeretként a hosszú távú életstratégiákhoz (Bauman, 2007). Az elmúlt évszázad során

¹ NJE - MNB Tudásközpont Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ

szilárdnak tekintett intézmények, tárgyak, információk és helyek egyre inkább dematerializálódnak és likvidálódnak (Ritzer, 2010). Hasonlóképpen, a fogyasztói identitás is jelentős változáson megy keresztül. A tárgyakhoz kapcsolt érzelmi, társadalmi és kulturális tulajdonlás rugalmassá, átmenetivé és likviddé válik. A kihasználatlanul álló erőforrásokhoz és eszközökhöz való hozzáférés ezért a likvid társadalom elé állított kihívások kezelésének egyik módjaként jelenik meg (Bardhi, Eckhardt és Arnould, 2012).

A közösségi gazdaság

A közösségi gazdaság egy gyűjtőfogalom, amit kollaboratív, együttműködésen alapuló gazdaságnak, együttműködésen alapuló fogyasztásnak is neveznek. A Harvard Business Review (2015) szerint a „sharing economy” azaz „megosztáson alapuló gazdaság” téves elnevezés és helyette a „hozzáférésen alapuló gazdaság” megnevezést javasolja. Azonban a témával foglalkozó más szakemberek igény szerinti gazdaságnak (Jaconi, 2015) is nevezik a közösségi gazdaságot. A közösségi gazdaság nagyon sok területen van jelen és vita tárgya még, hogy a parkok, a könyvtárak, az Airbnb, az e-Bay, az Uber, a Mechanical Turk szolgáltatásai, a szállodák a közösségi gazdaság részét képezik-e vagy sem, ezért szinte lehetetlen pontosan definiálni a fogalmat, ami konszenzust vagy közös használatot tükröz.

A közösségi gazdaság modern koncepciójának kialakulását különböző tényezők alakították, amelyek közé tartozik a tulajdon iránti gyengülő vágy, a gazdaság stagnálása, a gazdasági válságok, a növekvő munkanélküliség miatt rendelkezésre álló jövedelmek csökkenése, az urbanizáció, a környezetvédelem miatt érzett egyre növekvő aggodalom, valamint az új technológiai eszközök és platformok térnyerése (Ogilvy, 2010).

A közösségi gazdaság nem teljesen új fogalom, ha visszatekintünk a történelemben, évezredek óta létezik a civilizációban különböző formában. A mezőgazdaságban bevett gyakorlat volt, hogy a földet közösen művelték, majd a termést elosztották egymás közt. A barter az áruk, eszközök és szolgáltatások cserekereskedelmének régi gyakorlata. A pénz, mint csereeszköz megjelenése előtt az áruk, eszközök és szolgáltatások piacokon cseréltek gazdát, a piacok biztosították a helyszínt a cserekereskedelemnek.

A közösségi vagy megosztási gazdaság modern koncepciója a felesleges (mennyiségi és időbeli) erőforrások és eszközök digitális platformon történő megosztásával kezdődött. A közösségi gazdaság alapvető jellemzője a fogyasztók -fogyasztók közötti (C2C =customer to customer) vagy peer-to-peer (P2P) üzleti modell, amely valós időben IT-platform segítségével ideiglenes hozzáférést biztosít más személyek erőforrásaihoz. A közösségi gazdasághoz kapcsolódó tranzakciókban három tényező van jelen a személy, a termék és a platform (3P). Természetesen a személy a legfontosabb a három közül, mivel ő a döntéshozó és ő vállalja a tranzakcióval kapcsolatos következményeket, ugyanakkor a terméket vagy szolgáltatást kínáló platform és a kínált termék vagy szolgáltatás egyaránt fontos. A tranzakcióban résztvevő személyek egymásról és a platformról a tranzakció után kölcsönös véleményt adnak. A témával foglalkozó szakértők a közösségi gazdaságot az áruk és szolgáltatások cseréjére és bérbeadására szolgáló online platformok növekvő ökoszisztémájaként írják le (Botsman és Rogers, 2010; Hawlitschek F. et al. 2016; Lessig, 2008, Zervas et al. 2015.). A hagyományos megosztást, cserét, kölcsönadást, kereskedést, bérbeadást, ajándékozást és cserét a digitális technológia újra definiálja, amely forradalmasítja a fogyasztást és a megosztást (Gata, 2015). A közösségi gazdaságot megosztási, hozzáférési gazdaságnak, kollaboratív gazdaságnak, igény szerinti gazdaságnak (Jaconi, 2014), platformgazdaságnak is nevezik (Wilson, 2017). Az Investopedia szerint a közösségi gazdaság egy olyan gazdasági modell, amelyet peer-to-peer (P2P) alapú,

árukhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáférés megszerzésére, biztosítására vagy megosztására irányuló tevékenységként határoznak meg, amelyet egy közösségi alapú online platform tesz lehetővé. A közösségi gazdaság alapvető jellemzője a peer-to-peer üzleti modell, amely valós idejű ideiglenes hozzáférést biztosít IT-platform segítségével más személyek erőforrásaival. A hozzáférés alapú fogyasztást úgy definiálhatjuk, mint a tulajdonjog átruházása nélküli, korlátozott felhasználású tranzakciókat. A hozzáférés történhet fix áron vagy időalapú bérleti díj szerint. A fogyasztó akkor választ ilyen hozzáférést, ha nem tudja megfizetni a tárgyakat, vagy nem kívánja birtokolni azokat karbantartási, fenntartási költség és egyéb okok miatt.

A közösségi gazdaság egy olyan új gazdasági modellt jelent az áruk és szolgáltatások cseréjére, amely digitálisan támogatott, peer-to-peer platformokon alapul, amelyek összekapcsolják az egyének szabad kapacitását a kereslettel, és hozzáférést kínálnak a bérbeadásra, kölcsönzésre csere vagy akár eladás lehetőségére (Avital et al., 2015; Botsman és Rogers, 2010; Möhlmann, 2015). Az információs technológia és a peer-to-peer digitális platformok elterjedése az emberi tevékenységek minden területén számos lehetőséget teremt az online valós idejű interakcióhoz és üzleti tranzakciókhoz. A közösségi gazdaság megváltoztatta az emberek gondolkodását, életvitelét, utazási, vásárlási, szórakozási szokásait. Figyelembe véve a közösségi gazdaság fontosságát, társadalmi és gazdasági hatását, Rifkin a harmadik ipari forradalom részének tekinti (Rifkin, 2011).

A közösségi gazdaság elterjedése

A történelem során a javak és szolgáltatások megosztása elsősorban a családra és a barátokra korlátozódott, a bizalom hiánya miatt az emberek nem akarták idegenekkel megosztani a javaikat. Az elmúlt évtizedekben jelentősen felerősödött az urbanizáció folyamata, mivel egyre többen költöztek nagyvárosokba, ahol korlátozottak a lakó- és tárolókapacitások, ami egy új szemléletmódot hozott magával, a tulajdonhoz kapcsolódó viszony változását. A növekvő környezeti kihívások, a globális gazdasági válságok, a helyszűke, a használaton kívüli eszközök elhelyezésének növekvő költsége, az egyre magasabb kiadások, a munkaerőpiaci bizonytalanság, a közösségi média gyors elterjedése mind-mind hozzájárultak a közösségi gazdaság gyors növekedéséhez (Hira és Reilly, 2017; Hamari et al., 2016). A platformok és hatékony online minősítő rendszerek elterjedése jelentősen csökkentette a félelmeket és lehetővé tette a megosztást olyan idegenek között, akik nem ismerik egymást, nem beszélnek ugyanazt a nyelvet, soha nem találkoztak és nem valószínű, hogy valaha is találkoznak. Ma már az emberek megosztják saját autóikat és lakásaikat idegenekkel, ami néhány évtizeddel ezelőtt még elképzelhetetlen volt. A digitális platformok, a digitális identitás és a felhasználók által generált tartalom, valamint a jól megtervezett minősítési rendszereken alapuló bizalom és hírnév index növelte a bizalom rádiuszát, így a megosztás kevésbé kockázatos és elfogadhatóbbá vált idegenekkel.

A közösségi gazdaság látványos növekedést az elmúlt két évtizedben a hatékony digitális platformok, a fogyasztók hajlandósága a peer-to-peer üzleti modelleket segítő mobilalkalmazások, a platform alapú vállalkozások, a digitális identitás, a hatékony és gyors digitális fizetési rendszerek, valamint az eszközök birtoklásához kapcsolódó fogyasztói magatartás változása segítette. Tekintettel a javak megosztására irányuló jelenlegi globális trendekre, a közösségi gazdaság elkerülhetetlenül a globális gazdaság megkerülhetetlen részévé válik a következő évtizedekben. A Brookings Institution által közzétett cikk szerint a megosztási gazdaság a becslések szerint a 2014-es 14 milliárd dollárról 2025-re 335 milliárd dollárra nő (Yaraghi & Ravi, 2017). Ez a becslés elsősorban az Uber és az Airbnb gyors növekedésén alapul. A PricewaterhouseCoopers (PWC) „Share Economy 2017” jelentése

szerint, ami európai országokban végzett felmérésen alapul a közösségi gazdaság használatát vizsgálta a különböző iparági szegmenseken belül a felhasználók arányában, 2017-ben 275 vállalat működött Európában, a közösségi gazdaságban.

1. táblázat. A közösségi gazdaság jelenléte a különböző iparági szegmenseken belül a felhasználók aránya szerint

Média és szórakoztatás	28 %
Szállás	20 %
Közlekedés	19 %
Kiskereskedelmi és fogyasztási cikkek	19 %
Szolgáltatások	14 %
Pénzügyek	11 %
Gépek	10 %

Forrás: *Share Economy, New Business Model*,
<https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/share-economy-report-2017.pdf>

A közösségi gazdaság szegmensei közül az autómegosztás terjedése az egyik leggyorsabb. Az autómegosztó platformok közé tartozik a BlaBlaCar, az Uber, a Vulog, a GreenGo Zip,car, Car2Go, DriveNow, Oszkár, valamint a hagyományos autókölcsönző cégek, mint a Hertz, Europcar, Sixt, Avis, Rent a Car. Az elmúlt években még a nagy autógyárak és nagyvállalatok, például a BMW, a MOL és az AUDI is elindították saját megosztási platformjaikat.

Az autómegosztás fejlődése

A mobilitás az ember egyik veleszületett vágya. A fizikai korlátok átlépése - a hegyek, folyók, tengerek és óceánok - mindig is kihívást jelentett az emberek számára. Az autó feltalálása előtt gyalogosan, lóháton és más egyszerű eszközökkel, például lovasszekérrel közlekedtek. A vágy, hogy a helyhez kötöttséget leküzdjék számos közlekedési eszköz innovációjához vezetett. Az első gőzmozdonyt a 19. század elején (1804) találták fel, azonban ekkor a mobilitás még szorosan behatárolt területekre nagyrészt az emberek lakóhelyére korlátozódott. A benzinüzemű autók innovációja azonban 1886-ban teljesen megváltoztatta a mobilitásról alkotott elképzelést, amelyet kezdetben csak egy nagyon szűk réteg élvezhetett, azonban a folyamatos fejlesztéseknek köszönhetően az autóipar exponenciális növekedésnek indult. A gyártási technológiák innovációja, a hatékonyabb motorok és gyártás, valamint az elektromos rendszerek fejlesztése mind hozzájárultak az autóipar jelentős fejlődéséhez. A 19. század elején még csak két-három nagy autógyártó működött világszerte, mára a számuk több mint százra nőtt. A termelés növekedésével és az innovációkkal párhuzamosan a költségek jelentősen csökkentek, amelynek eredményeképpen az elmúlt hat évtizedben a növekvő bevételekkel és alacsonyabb költségekkel az autók száma exponenciálisan megsokszorozódott. 1986-ban körülbelül 500 millió autó volt, ami 2014-re- az utolsó hivatalos adat szerint- 1,2 milliárdra nőtt (Voelcker, 2014).

Az autók számának növekedése magával hozta a megnövekedett forgalommal járó egyre nehezebb parkolást, a balesetek számának növekedését, az egyre növekvő üzemeltetési költségeket (növekvő üzemanyag ára, biztosítás, parkolási díj), a környezetre gyakorolt káros hatását. Számolni kell a kihasználatlanságával is, mivel a legtöbb autót öt személy befogadására alkalmas, azonban a legtöbb esetben egy maximum két fő használja, ráadásul naponta nagyrészt csak korlátozott ideig. Ezek a megfontolások együttesen hozták létre az úgynevezett carsharing-

et, azaz az autómegosztási rendszerét, számos carsharing szervezet (CSO=car-sharing organisation) vagy közlekedési hálózat társasága (TNC=transport-network company) jött létre az 1990-es években, főleg Európában. Ezek az autómegosztó szervezeteket kezdetben állami támogatásból jöttek létre; rendszerük meglehetősen egyszerű volt, néhány járművet közösen használtak ismerősök. A 90-es években még hiányzott a megfelelő technikai háttér, így az autómegosztási rendszer alulról építkező városrészekre és ismerősi körökre korlátozódó program volt, amit nagyon nehéz volt átültetni üzleti modellre. Az internet és az IT technológiák, platformok elterjedése, az okostelefonok és a mobilalkalmazások innovációja azonban lendületet adott az autómegosztó modellek elterjedésének. Ezek az informatikai eszközök és alkalmazások olyan szolgáltatások létrejöttét segítették, mint a ShareNow, Uber, Oscar, Zipcar, Blablacar.

Az autómegosztás fajtái

Az innovációk alapjait a különböző felmerülő igények indukálták, amelyek különböző autómegosztási modellek kialakulását tették lehetővé. A következő autómegosztási modellek a legelterjedtebbek, természetesen ezeknek az alapmodelleknek több változata is létezik az adott ország vagy közösség igényeitől függően.

Tagságon alapuló modell: Zipcar, amerikai autómegosztó cég, az Avis Budget Group leányvállalata, a tagságon alapuló modell alapján működik. A tagoknak havi vagy éves tagsági díjat kell fizetniük, míg az autóhasználatot óránként vagy napi szinten számlázzák. A szolgáltatás elsősorban a városokban és az egyetemi, főiskolai campusokon van jelen. A tagok a Zipcar mobilalkalmazással online foglalhatják le gépkocsit akár egy évre előre is. A tagok egy beléptetőkártya segítségével automatikusan hozzáférhetnek az autóhoz. A jelenlegi tagság meghaladja az egy milliót.

Távolsági telekocsi megosztás: A BlaBlacar a világ legnagyobb távolsági telekocsi közössége. Az Oszkár Magyarországon koncepciójában és működésében is hasonló. A sofőrök és az utasok a városok közötti közlekedést költség alapon osztják meg egymás között. Mind a sofőröknek, mind az utasoknak regisztrálniuk kell személyes profiljukat a platformon, az utazás a menetrend és az úti cél párosítása alapján jön létre. A telekocsi megosztása után a sofőr és az utas is online értékelheti az utazást. A platform népszerűsége Európa számos országában gyorsan növekszik, ami egyértelműen látszik a 2006-ban alapított BlaBlacar nettó vagyonából, amelyet jelenleg körülbelül 2 milliárd dollárra becsülnek.

Telekocsik: A telekocsi szolgáltatás számos városban megtalálható, elsősorban irodai dolgozók és iskolába járók autómegosztására alakult ki, akik egyesítik az irodákba és iskolákba való közlekedést. A rendszer a tagok között rotációs vagy költségmegosztás alapján működik.

Városi autómegosztás: Ennél a modellnél az autógyártó cégek állomásokat, dedikált parkolókat hoznak létre, ahonnan az autók felvehetőek és vissza is vihetőek. A felhasználónak regisztrálniuk kell a felületen, letöltenie az alkalmazást, majd az utazás befejezése után bármelyik állomáson otthagynak az autót. A szolgáltatás minden díjat magában foglal beleértve az üzemanyagot és a biztosítást is. A Car2Go és a ShareNow a két legnagyobb autómegosztó cég, amelyek ezt a modellt használják.

Igény szerinti megosztási modell: Az Uber, Lyft az igény szerint autómegosztás modellre példa. Ebben a modellben azok a gépjárművezetők regisztrálnak, akik szabadidejükben pénzt szeretnének keresni, vagy teljes munkaidőben szeretnének dolgozni. Az utazást igénybe vevők

és a sofőrök egy mobil alkalmazáson keresztül kerülnek kapcsolatba egymással. Az utasok mobilalkalmazáson keresztül foglalhatnak autót, a foglalás után a helyhez legközelebbi sofőr kap értesítést az utazás igényéről. A fizetés az utazás befejezése után történik. A sofőrök és az autók városszerte vannak elosztva, így a várakozási idő minden utas számára nagyon rövid. A modell lehetővé teszi az autótulajdonos számára, hogy egyszerre használja az autóját, valamint extra pénzt keressen vele a szabadidejében.

Állomásalapú modell: A legtöbb autókölcsönző cég az állomásalapú modellt használja. Ennél a modellnél a szolgáltatást igénybe vevők az autókat egy kijelölt állomáson veszik fel, és használat után ugyanarra az állomásra viszik vissza. A bérleti díj a használat idejére fizetendő, továbbá az ügyfeleknek fizetniük kell az üzemanyagért, a biztosításért, a parkolásért stb. Vannak olyan autókölcsönző cégek, amelyek all-inclusive modellt is alkalmaznak, ahol az ár mindent magában foglal, ezek az all-inclusive árak napi vagy heti alapúak.

Az autómegosztás társadalmi és jogi kérdései

Az autómegosztás jelenlegi gyakorlata innovatív és a modern kor szükségleteiből alakult ki. Gazdasági és társadalmi haszna vitathatatlan mivel egyre népszerűbbek, továbbá segítik a versenyképesebb, befogadóbb és fenntarthatóbb gazdaságot, ugyanakkor az autómegosztás koncepcióját érintő kérdések sok esetben még kiforratlanok. Az autómegosztás a következő előnyöket eredményezte a társadalom és az egyének számára:

- Az autómegosztás elterjedése javította a mobilitáshoz való hozzáférést. Az online platformok egyszerű hozzáférést nyújtanak a szolgáltatáshoz és bárki számára elérhető.
- A szállítási díjak alacsonyabbak a hagyományos taxikhoz képest.
- Az autómegosztás rendszere és használata rugalmas, így megfelel a különböző vásárlók igényeinek. Kényelmesen felvehetők és leadhatók az autók, ami különösen fontos a gyerekekkel utazók és idősebbek számára.
- A várakozási idő jelentősen lecsökkent, mivel a szolgáltatók több rugalmas módszert is kidolgoztak, például az Uber-járművek a város minden jelentősebb helyén elérhetőek, és a kereslettől függően néhány percen belül elérhetik az ügyfelek.
- Az árak előre meghatározottak, így a becsapás lehetősége minimális.
- Természetesen a társadalom egésze profitál a gépjárművek számának csökkenéséből, a kevesebb dugó, a rendelkezésre álló kapacitás jobb kihasználása, kevesebb energiafogyasztás és az autók károsanyag-kibocsátása miatti szennyezés csökkenése.
- Igény esetén bárki hozzáférhet az autókhoz.

Azonban számos tisztázatlan kérdés is fennáll az autómegosztással kapcsolatban, például a biztonság, a nem egyértelmű kereskedelmi gyakorlat és a nem egyenlő versenyfeltételek. Az autómegosztási cégeknek nincs megfelelő szabályozási kerete, mivel a működési formák nagyon különbözőek és a platformokon történő visszajelzéseknek köszönhetően folyamatosan változnak, ezért nem könnyű megfelelő szabályozási kereteket kialakítani. A fő kihívások a következők:

- Kihívást jelent a folyamatosan fejlődő, alakuló szektor szabályozása.
- Az autómegosztás elterjedése megzavarta számos meglévő szereplő üzletét és stabilitását. A taxitársaságok szerint tisztességtelen a verseny, mivel nincsenek az autómegosztók megfelelően szabályozva, ez az oka annak, hogy sok ország, köztük Magyarország nem engedélyezte az Uber működését.

- Az autómegosztásban részt vevő autók sokszor nem biztonságosak és sofőrjeiknek pedig nincs hivatásos sofőr jogosítványuk és megfelelő biztosításuk, ami veszélyt jelent az utasok biztonságára nézve.
- Az autómegosztás jóhiszemű magatartáson alapul, amely bizonyos esetekben hiányozhat. A számonkérésre ki kell dolgozni valamilyen rendszert.
- Nincs megfelelően szabályozva a bevétel utáni jövedelem adóztatása.

Összefoglalás

Az elmúlt két évtizedben a közösségi gazdaság újraírta a hagyományos gazdasági rendszer szabályait. Egyre több magánszemély hajlandó megosztani kihasználatlanul álló tárgyait, erőforrásait idegenekkel, ami néhány évvel ezelőtt még elképzelhetetlen volt. A digitális platformok lehetővé tették a valós idejű interakciót, üzleti tranzakciókat átlépve az időbeli és térbeli korlátokat. Az online értékelések és a bizalom és hírnév index növelte az idegenekkel szembeni bizalmat. A társadalmi változások, a fenntarthatóság, az IT-platformok elterjedése és a közösségi gazdaság látványos növekedéséhez vezetett az elmúlt két évtizedben.

Az autómegosztás egy új közlekedési rendszer részét képezi. Az innovációk és informatikai alkalmazások alapján új autómegosztási gyakorlatok alakultak ki a társadalmi igények kielégítésére. Ezeknek a gyakorlatoknak számos változatával, mint például a tagságon alapuló modell, távolsági telekocsi megosztás, telekocsi, igény szerinti megosztás találkozhatunk. Az IT-platformok és a közösségi média jelentős mértékben hozzájárult ennek a szektornak a növekedéséhez. Az autómegosztó rendszerek versenyképes, fenntartható és költséghatékony rendszert hoztak létre, amely elősegíti az autóhoz való hozzáférést. Az ágazat működése azonban számos jogi kérdést vet fel, ugyanis jelenleg a legtöbb országban nincs olyan szabályozási keret, amely megfelelően szabályozza mind a sofőr mind az utasok biztonságát. A gyorsan változó működési mechanizmusok miatt azonban nem könnyű olyan igazságos szabályozási mechanizmust létrehozni, amely az autómegosztás minden területét lefedi. Azonban a telekocsi társaságokra vonatkozó szabályozási keret, az utasok biztonsága és a járművezetők elszámoltathatósága néhány olyan kérdés, amellyel foglalkozni kell az elkövetkező években.

Források

- Avital, M. - Carroll, J. M. - Hjalmarsson, A. - Levina, N. - Malhotra, A. - Sundararajan, A. 2015. The Sharing Economy: Friend or foe? Paper presented at the 36th International Conference on Information Systems, Fort Worth, TX.
- Bauman, Z. 2007. Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty. Cambridge: Polity.
- Bardhi, F. - Eckhardt, G.M. - Arnould, E. J. 2012. Liquid Relationship to Possessions. Journal of Consumer Research, 39 (3), doi: 10.1086/664037
- Boosting Demand in the "Experience Economy, (January-February, 2015). Harvard Business Review. <https://hbr.org/2015/01/boosting-demand-in-the-experience-economy>
- Botsman, R. - Rogers, R. 2010. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, New York: HarperCollins.
- Cusumano, M. A. 2014. How traditional firms must compete in the sharing economy. Communications of the ACM, 58(1), 32–34. DOI:10.1145/2688487
- Gata, J. 2015. The Sharing Economy, Competition and Regulation. CPI.
- Hawlitschek, F. – Teubner, T. - Adam MTP, - Borchers, NS. – Möhlmann, M. - Weinhardt, C. 2016. Trust in the sharing economy: An experimental framework. International Conference on Information Systems, ICIS 2016.
- Hawlitschek, F. - Teubner, T. - Adam, M. - Borchers, N. - Möhlmann, M. - Weinhardt, C. 2016. Trust in

the Sharing Economy: An Experimental Framework.

- Hamari, J. - Sjöklint, M. - Ukkonen, A. 2016. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Hira, A. - Reilly, K. 2017. The Emergence of the Sharing Economy: Implications for Development. *Journal of Developing Societies*. 33. 0169796X1771007. Doi:10.1177/0169796X17710071.
- Investopedia. 2019. <https://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp>
- Jaconi, M., 2014. The 'On-Demand Economy' Is Revolutionizing Consumer Behavior - Here's How. *Business Insider*. <http://www.businessinsider.com/the-on-demand-economy-2014-7>
- Lessig, L. 2008. *Remix-Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. Penguin.
- Möhlmann, M. 2015. Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour* 14(3),193-207. DOI:10.1002/cb.1512
- Ogilvy, G.B. 2010. Eyes Wide Open, Wallet Half Shut: The Emerging Post-recession Consumer Conscious-ness. https://assets.ogilvy.com/truffles_email/eyeswideopen_press/Eyes_wideshut.pdf
- Rifkin, J. 2011. *The Third Industrial Revolution*, Palgrave MacMillan.
- Ritzer, G., 2010. *Sociological Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Share Economy, New Business Model. (2017) PWC. <https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/share-economy-report-2017.pdf>
- Yaraghi, N. - Shamika, R. 2017. *The Current and Future State of the Sharing Economy*. Brookings India IMPACT Series No.032017 March 2017. https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/12/sharingeconomy_032017final.pdf
- Zervas, G. - Proserpio, D. - Byers, J. 2020. A First Look at Online Reputation on Airbnb, Where Every Stay is Above Average (December 28, 2020). SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2554500>
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2554500>
- Voelcker, J. 2014. GreenCarReports. http://www.greencarreports.com/news/1093560_1-2-billion-vehicles-on-worlds-roads-now-2-billion-by-2035-report
- Wilson, B. 2017. What is the 'gig' economy? <http://www.bbc.com/news/business-38930048>
- Worldometers, 2022. <http://www.worldometers.info/cars>