

XX. reál- és humántudományi Erdélyi Tudományos Diákköri Konferencia (ETDK)

Kolozsvár, 2017. május 18–21.

A „sharing economy” résztvevőinek a hozzáállása, szerepe a szolgáltatások megváltozásában.

Szerző: Molnár Tamás

Babeş-Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar,
Menedzsment szak, III. év

Témavezető: Drd. Rácz Béla-Gergely, doktorandus

Babeş-Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar

Kolozsvár, 2017

Tartalom

Ábrajegyzék	3
1.Bevezető	4
2.Szakirodalmi áttekintés	5
2.1.Sharing Economy	5
2.2.Collaborative Consumption	6
2.3.Kutatási kérdés	8
3.A Vállalat bemutatása	9
3.1.Uber	9
3.2.Az Uber szolgáltatásai	10
3.3.Követelmények, mint sofőr	10
3.4.Az Uber szabályozása	11
4.Kutatás módszertana	16
4.1.Kutatási minta jellemzői	16
4.2.A szolgáltatás értékelése	18
4.3.A hozzáállás vizsgálata	19
4.4.Uber és a taxi szolgáltatások	23
5.Következtetések	25
5.1 Kutatás korlátai és továbbviteli lehetőségei	25
6.Hivatkozások	27

Ábrajegyzék

1. ábra Uber statisztikák.....	11
2. ábra Az Uber összehasonlítása a taxi szolgáltatásokkal	14
3. ábra Nemi eloszlás	17
4. ábra:A kitöltők életkorának eloszlása	17
5. ábra Uber használatának gyakorisága	18
6. ábra A megbízhatóság fontossága	19
7. ábra:A költséghatékonyság fontossága.....	20
8. ábra Az elsődleges szempont	21
9. ábra Leíró Statisztika.....	22
10. ábra Uber és taxi összehasonlítása.....	23
11. ábra: A taxitársaságokhoz képest ön az Ubert:.....	24

1.Bevezető

A megosztás vagy más néven sharing fogalma az elmúlt időben nagy változásokon ment keresztül. Régebben megoszthattunk ismerőseinkel egy ajándékot, egy történetet vagy esetleg valami értéket a bizalom és az ismeretség jegyében. A megosztást a huszadik század közepén, mint egy túlélő mechanizmusként jellemezték az Afro-Amerikaiak számára akik szegénységbe és diszkriminációban éltek (Stack 1974).

Napjainkban ez a fogalom teljesen más értelmet nyert az internetnek köszönhetően. A web 2.0 megjelenésével olyan online platformok jöttek létre, amely segítségével az emberek számára lehetségessé vált, hogy tartalmakat tegyenek elérhetővé, megosszanak és együttműködjenek. Ennek a fejlődésének köszönhetően alakult ki az a fogalom, amit úgy hívunk, hogy Sharing Economy.

A sharing economy egy gazdasági modell amelyben az egyének számára lehetővé van téve, hogy más résztvevők tulajdonában lévő javakat használják. A sharing economy használata akkor a legelterjedtebb, amikor a kívánt szolgáltatás vagy vagyontárgy ára túl magas és kapacitásának kihasználtsága alacsony (Shor at al., 2014).

A hozzáférhetőséget biztosításának egy adott tulajdon felett a leg átlagosabb módja a csere. Ez a hozzáférhetőség azt jelenti, hogy felhasználók felajánlják és megosztják azokat a javakat és szolgáltatásokat, amelyekkel rendelkeznek más felhasználók számára egy limitált időperiódusra egy bizonyos ellenérték, ellenszolgáltatás fejében. Ennek a leggyakoribb módja a bérlet. Például ilyen lehetőséget biztosít az Airbnb ahol az egyes felhasználók bérbe adhatják a lakásukat egy adott időre egy bizonyos bér fejében.(Hamari at al, 2015)

Dolgozatom fő célja a sharing economy hatásának bemutatása a személyszállító iparág megváltozására. Az elemzés során a sharing economy résztvevőinek az attitűdjére fókuszálok illetve arra, hogy ez milyen hatást generál a tradicionális személyszállításra Romániában.

Dolgozatom a jelenleg Romániában belépő Uber esetét vizsgálja. A kutatás során kiemelt hangsúlyt fektetek arra, hogy a sharing economyban résztvevő egyének miért preferálják az Ubert a többi személyszállító lehetőség helyett, illetve ez milyen hatásokat generál gazdaságilag erre az iparágra.

A dolgozat kivitelezéséhez a vállaltról kérdőívek segítségével fogok információkat szerezni a résztvevők attitűdjéről.

2.Szakirodalmi áttekintés

2.1.Sharing Economy

Először is kezdjük azzal, hogy megmagyarázzuk mi is az a “sharing” más néven a megosztás. Maga a fogalom nagyon régre visszavezethető a történelemben, a nagy népvándorlások során az emberek minél kevesebb javat vittek magukkal az út megkönnyítése érdekében ezért az egyetlen módja a túlélésnek a javak megosztása volt. Napjainkra a megosztás kifejezés teljesen más értelmet nyert az internet elterjedésével, bár a közösség építő ereje megmaradt, viszont az egyének nem azért osztanak meg mert fent maradásuk a tét sokkal inkább a saját illetve a közösségi fejlődés, előrelépés céljából ilyen platformok például a Wikipédia, Youtube, stb. Az egyre elterjedtebb használatát az információs technológiának a web 2.0-korszakban megnövelte a felhasználók által létrehozott tartalmakat illetve azt hogy milyen információk találhatók online. (Kaplan & Haenlein, 2010)

Mi is az a sharing economy, mi a pontos definíciója? Ez egy nagyon vitatott kérdés, amire a mai napig még nem kaptunk pontos választ. Mivel a sharing economy fogalmát nem lehet egy meghatározásra le redukálni, ezért a részeit fogjuk taglálni a továbbiakban annak érdekében, hogy az egészet értelmezni tudjuk.(Schor, 2014) Rengeteg kifejezés, elmélet él egymással párhuzamosan a közösségi gazdaság modelljével kapcsolatban (collaborative economy, collaborative consumption, peer economy, sharing economy) melyeknek sok közös illetve eltérő nézőpontjuk van arról, hogyan is működik ez a rendszer. Mivel ennyi nézőpont létezik, melyeket nem tudunk teljes mértékben elkülöníteni egymástól a következőkben a dolgozat fő nézőpontja a collaborative consumption illetve a sharing economy együttesét fogja képezni. A sharing economy alap gondolata egy olyan gazdasági modell létrehozása amely kihasználatlan eszköz vagy erőforrás megosztásán alapul, amelyet fizikai vagy nem fizikai javakkal viszonzanak.(Belk, 2013) A collaborative consumption úgy határozhatjuk meg mint egy olyan gazdasági modell, amely cserén, megosztáson illetve bérleten alapul lehetővé téve azt hogy a folyamat során a tulajdonjog az egyik résztvevőről a másikra szálljon.(Hamari, 2014)

Bár a modellek akármennyire is eltérnek egymástól céljuk mégis ugyan az egy olyan kihasználatlan erőforrás kihasználása, mely segítségével egy igényt elégítünk ki. (Prothero et al., 2011; Sacks, 2011)

2.2.Collaborative Consumption

A collaborative consumption nem csak azt befolyásolja, hogy mit fogyasztunk, hanem azt is hogy ezt hogyan tesszük. A következőkben a collaborative consumption alapgondolatait fogom bemutatni azáltal, hogy a részeit vizsgáljuk.

A collaborative consumption 3 nagy egymástól eltérő rendszert foglal magába. Ezt a három folyamat megkülönböztetésének legfontosabb szempontja az, hogy a termék tulajdonjoga át száll vagy sem a gazdasági cselekvés során.

Az első ilyen rendszer az Újraelosztás piaca (Redistribution Markets), melynek alap gondolata, hogy egy olyan tárgyat, melyre nincs szükség egy adott helyen, egy adott egyén tulajdonában áthelyezzük egy olyan helyre, ahol igény van rá. Ezáltal a termék élettartalmát megnöveljük és csökkentjük a hulladék kibocsátás mértékét mivel a termék újra használatba kerül és nem hulladék válik belőle. Újraelosztási piacra az egyik legjobb példa a Swaptree, ahol az egyének általuk nem használatos vagyontárgyaikat egy olyanra cserélhetik, melyre szükségük van.

A második rendszer a közreműködő életmód (Collaborative Lifestyle) melyek céljai az olyan erőforrások megosztása mint az idő, pénz illetve a képesség. Ide tartoznak az időbankok, az együttműködés illetve a kanapé-szörf. Ha egy adott egyén pénz, idő vagy képesítés hiányában nem tudja egy igényét kielégíteni ezen rendszer segítségével találhat egy olyan egyént aki számára segít egy bizonyos nem feltétlenül pénzbeli ellenérték fejében, például ha elromlik egy mosógép és nem kívánunk szakértő szerelőt hívni, mivel ennek díja túl költséges akkor van rá lehetőségünk, hogy környékünkön egy a rendszerben szintén résztvevő egyén megoldja a problémánkat. Ezekben a rendszerekben a hírnév az ami által a résztvevő egyének képesek érvényesülni, minél több a visszajelzés az adott személy tevékenységére annál átfogóbb képet kaphatunk az általa végzett szolgáltatás minőségéről, például ha catch surfing által szeretnénk szállást találni utazásaink során egy városban úgy kerülünk a legelőnyösebb helyzetbe, ha már rendelkezünk pozitív visszajelzésekkel az eddigi vendéglátóinktól. A közreműködő életmódra egy nagyon jó példa az Egyesült Királyságban létrejött Landshare platform, ahol olyan földterülettel rendelkező egyedek kínálnak hozzáférést más embereknek földjükhöz, akik nem tudják teljes mértékben kihasználni azt és ezáltal hozzáférést biztosítanak a földterülethez növények termelésének érdekében.

Végül a harmadik nagy rendszer a termék szolgáltatás rendszer (product-service). A termék szolgáltatás rendszer hozzáférést biztosít egy termékhez, szolgáltatáshoz, anélkül hogy annak tulajdonjoga átszállna egy másik résztvevőre a folyamat során (Botsman, 2010). Mivel napjainkban mindenki rendelkezik olyan vagyon tárgyal melynek kihasználtsága nagyon alacsony, mégis tulajdonunkban áll például egy fűnyíró gépet nem használunk évente többet mint 10 óra, mégis nekünk nem a fűnyíróra van szükségünk, hanem arra hogy a kertben a pázsit rendezett legyen. Tehát ezen rendszerek lényege egy olyan igény kielégítése, amely egy adott vagyontárgy nélkül lehetetlen olyan módon, hogy a vagyontárgyat ne kelljen megvásárolnunk.

Az imént említett három rendszert a szerint csoportosítottuk, hogy a résztvevő egyének milyen cselekvést végeznek a gazdasági modell során. A következőkben három csoport szerint rendezzük viszont most nem a cselekvés lesz a rendszerezés alapja, hanem a résztvevők. A résztvevők lehetnek fizikai illetve jogi személyek tehát így a kapcsolatok Business to Consumer (B2C), Peer to peer (P2P, illetve Business to Business (b2b).

Business to Consumer esetében a vállalat rendelkezik azokkal az eszközökkel melyekre a fogyasztóknak szüksége van illetve megkönnyíti az ügyleteket a felhasználók számára erre egy példa a Kolozsváron is jelenlévő Get Pony. A Get Pony egy olyan autóbérlő vállalat amely telefonos applikáció segítségével működik, az applikáció megmutatja, hogy hol van a környékünkön a legközelebbi bérelhető autó. A járműveket a telefonunk segítségével oldhatjuk fel, majd a kívánt cél elérésével az autót az applikációban elérhető zónában kell hagynunk. Ez a művelet teljesen készpénz mentes a rendszerbe való regisztráció során az adatbázis elkéri a bankkártya adatainkat, melyről fog működni a tranzakció a szolgáltatás igénybevétele során.

A peer to peer rendszerek esetén a szolgáltatások illetve az eszközök teljes mértékben az egyének birtokában állnak, ilyenkor az online platformok abban segítenek, hogy az a résztvevő amelynek van egy szükséglete megtalálja azt a résztvevőt amely ezt ki tudja elégíteni. Általában a tranzakciós rendszert az online platform kínálja fel, valamint ennek egy bizonyos részét profitálja is. A legismertebb ilyen platformok például az Airbnb illetve az Uber. Az Uber a személyszállító társaságokhoz hasonlóan egy fuvart nyújt a kliensek számára egy online applikáció segítségével, viszont ez esetben a sofőr nem egy fő állásban személyszállítással foglalkozó egyén, hanem egy a P2P rendszerben résztvevő kínáló fél. Ez

esetben is a tranzakció online átutalás segítségével történik illetve minden megrendelt fuvar során az Uber egy bizonyos fix tarifát számol fel a két egyén közötti kapcsolat felállításáért.

Végül a collaborative consumption harmadik nagy csoportja a résztvevők szempontjából a Business to Business. Ez a modell egy olyan megoldást kínál a szervezetek számára amely segítségével az általuk kevésbé kihasznált kapacitásokat más jogi személyeknek ajánlhatnak fel. A liquidspace egy olyan platform mely segítségével a vállaltok egy irodahelyet találhatnak más vállalatok irodáiban, amelyre egy vagy több projekt ideig beköltözhetnek. A platform abban az esetben használatos mikor a vállalat kirendeltsége távol helyezkedik el a projekt kivitelezésének helyétől és ebben az esetben egy ideiglenes irodát hoznak létre közel a projekthez, megkönnyítve a kommunikációt és leküzdve a távolság adta nehézségeket.

2.3. Kutatási kérdés

A dolgozat során arra keresem a választ, hogy miért vesznek részt az emberek az együttműködő gazdaságban. Mivel ez még egy nagyon új fogalom így a legtöbb formája hazánkban nem terjedt el, viszont pár nagyobb név az emberek számára beívódott a mindennapok részébe, ilyen például az Uber. A következőkben az Uber felhasználók hozzáállását fogom vizsgálni, illetve kutatásom során összehasonlítom az Uber tevékenységét a hasonló személyszállítást végző szolgáltatókkal az Uber-ben résztvevők értékelése alapján, így egy képet kapva arról, hogy miért vesznek részt az emberek a közösségi gazdaságban illetve, hogy az Uber hogyan alakította át a személyszállító szolgáltatást.

3.A Vállalat bemutatása

3.1.Uber

Az Uber egy olyan szolgáltatást kínál fel felhasználói számára, amely egy mobiltelefon applikáció segítségével egy sofőrt küld a megadott helyre, aki a felhasználót a kívánt célhoz viszi. Az Uber felhasználói rendszere rendkívül egyszerű, mindössze e-mail címünk, nevünk illetve bankkártya számunk szükséges hozzá, ez teszi lehetővé, hogy a szolgáltatás teljesen készpénzmentesen, egyszerűen és rugalmasan történjen.

Az Uber története

Az Uber ötlete egy havas estén született meg 2008-ban Párizsban, mikor Travis Kalanick és Garrett Camp taxit keresett sikertelenül. Ekkor gondoltak arra, hogy mennyivel egyszerűbb módja lenne az utazásnak, ha a telefonjukon egyszerűen megnyomnának egy gombot és értük jönne egy autó.

A következőkben a 2008-as évtől napjainkig vezetném fel a vállalatnál történő nagyobb változásokat, annak érdekében hogy egy átfogó képet kapjunk a mai helyzetéről

- 2009-ben UberCab néven elkezdik fejleszteni az első protoipust alkalmazásukat IOS-re
- 2010 elején teszt üzem ódba helyezik az Ubercab-et 3 autóval San Francisco-ban
- 2010 júliusában az Uber használható San Francisco területén
- 2010 októberében felszólítás kap a San Francisco Metro Transit and the Puvlic Utilities Commission of California-tól mivel látszólag a működése taxi vállaltnak felel meg viszont ehhez az Uber nem rendelkezik megfelelő papírokkal, ekkor változtatták meg a nevüket UberCab-ról Uber-re
- 2010 novemberben az Uber megjelenik Androidon
- 2011 májusában az Uber megjeleni New York-ban
- 2011 telén az Uber a következő városokba tör be: Seattle, Boston, Chicago és Washington D.C.
- 2012 júliusában bejelentik az UberX-et amely egy sokkal megfizethetőbb szolgáltatás és hibrid autókkal működik
- 2013-ban egyre több városban jelenik meg, vetélytársai akadnak mint a Lyft, viszont könnyedén veszi fel velük a versenyt
- 2014-ben több min 100 városban van jelen, egy új szolgáltatást fejleszt ki Uber Rush néven, amely csomagkihordással foglalkozik

3.2. Az Uber szolgáltatásai

Első sorban tisztáznám, hogy az Uber nem kizárólag személyszállító alkalmazással foglalkozik, viszont mivel a dolgozatom főként erre a területre tér ki ezért a következőkben az imént említett szolgáltatások változatosságát fogom részletezni.

- Uberx: ezek 4 utas befogadó képességével rendelkeznek, az autók előírás szerint 2001-nél újabbak kell legyenek, ez a legolcsóbb Uber szolgáltatás
- UberXL: 6 utas befogadó képességével rendelkeznek, valamivel drágább mint az UberX
- UberSelect: ez az Uber egyik luxus szolgáltatása, a fuvart igénylő fél kedvére választhat az autó típusok közül
- UberPOOL: ez a szolgáltatás egyeztetni két utas érkezési célját és egyszerre viszi őket, így az utasok fele annyi kell fizessenek a szolgáltatásért
- UberBLACK és UberSUV: ez a legdrágább Uber szolgáltatás, rendszerint luxusautókkal történik.

3.3. Követelmények, mint sofőr

A fentiekben már említésre került, hogy hogyan válhat egy személy Uber felhasználóvá, viszont most egy kicsit kitérnék arra, hogyan válhat egy felhasználó Uber sofőrré, mi ennek a követelménye. Az Uber eléggé megkönnyíti a dolgát azok számára akik csatlakozni szeretnének a csapatukhoz mint sofőr, ez számost vitát is eredményezett már amelyeket a későbbiekben fogunk taglalni. A következőkben az UberX követelményeit fogom leírni mivel hazánkban még kizárólag ez használatos, és ez a szolgáltatás érintett leginkább a dolgozatom során.

Uber sofőr életkor követelményei

- 21-éves vagy idősebb személy
- 3 éve hajtási jogosítvánnyal kell rendelkezni

Uber sofőr egyéb követelményei

- egy állami gépjármű biztosítás a sofőr nevében
- a gépjármű az államban kell legyen beírva, nem kell a sofőr nevében legyen
- társadalombiztosítási szám az átvilágításhoz

Átvilágítás

- nem volt kapcsolata drogokkal
- nem volt kihágás mely során biztosítás vagy hajtási jogosítvány nélkül vezetett
- nem volt végzetes balesete
- nem rendelkezik bűnözői múlttal

UberX gépjármű követelményei:

- 4 ajtós gépjármű, legalább 5 férőhellyel
- 2001-es vagy újabb évjárat
- nem lehet taxi vagy egyéb feltüntetés az autón
- az autó bejegyezve kell legyen viszont nem kell kötelezően a sofőr nevén legyen.

Mint láthatjuk az Uber követelményei nem túl nagyok, ennek tudható be népszerűsége és az, hogy mekkora létszámú sofőrrel rendelkezik világszerte. Annak érdekében, hogy beeláthassunk az Uber tényleges nagyságába, a következőkben néhány statisztikai adatot fogok szemléltetni.

1. ábra Uber statisztikák

	Adatok száma(darab)
Az összes Uber út száma	2 milliárd
A városok száma ahol az Uber jelen van	450
Átlagos fuvarok száma naponta	1 millió
Országok száma ahol jelen van az Uber	70
Átlagos új sofőrök naponta az Ubernél	50.000

Forrás:DMR,saját készítésű táblázat

3.4.Az Uber szabályozása

Láthatjuk, hogy az Uber világszerte hatalmas sikereket ért el, viszont ez nem ment és nem is megy zökkenőmentesen, az elmúlt évek során rengeteg szabályozást szabtak ki rájuk világszerte, melyre több-kevesebb sikerrel válaszoltak, alkalmazkodtak. Néhány múltban történt példával nézzük meg mivel vádolták az Ubert és mi volt erre a reakciója.

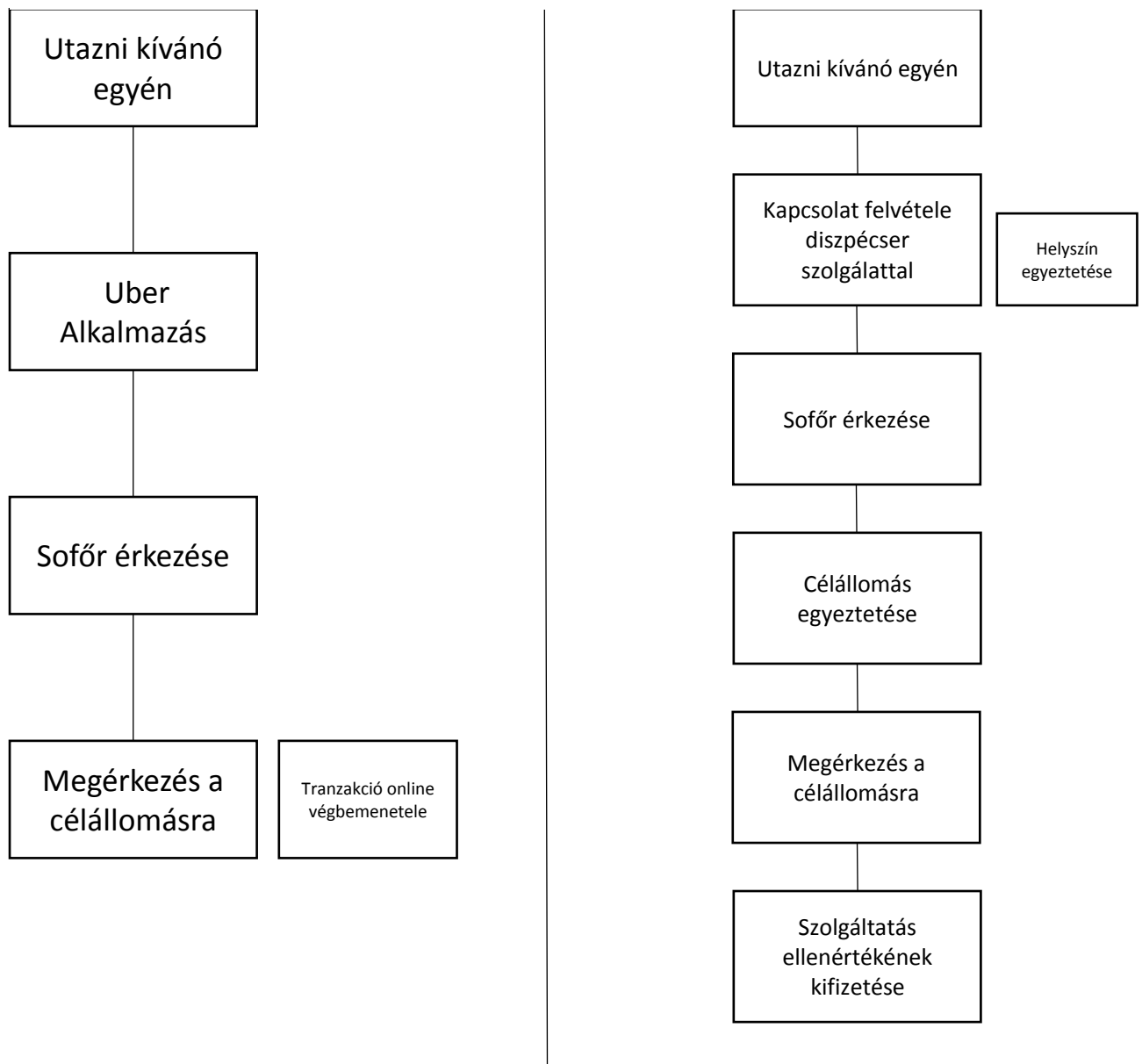
Jogi szempontból sok gondjuk akadt az Uberrel bizonyos országoknak, főképpen ott ahol a piacot nagymértékben szabályozzák, néhány országban teljes mértékben betiltották az Ubert, míg más helyeken próbálják kontrollálni szabályozások révén. Általában a következő vádakkal próbálják térdre kényszeríteni az Uber-t: adócsalás, törvények figyelmen kívül hagyása, biztonsági kockázatok, vásárlók megtévesztése. Az Uber-t érintő szabályozások minden esetben máshogy hatnak ki a szolgáltatás működésére: van, ahol csak korlátozottan használható, ahol csak ideiglenes tiltás szabályozza őket, és olyan hely is létezik, ahol csak egyes régiókban nem érhető el az Uber szolgáltatása.

A legjobb példa a korlátozott használatra Németország, ahol 2014 augusztusában Berlinben tiltották le a szolgáltatást. A Uber azt nyilatkozta, hogy folytatni fogja az UberPOP működtetését (az Uber kedvezményes szolgáltatása, nincs szüksége a sofőrnek taxi engedélyre) arra hivatkozva, hogy a fejlődést nem lehet megállítani. Végül a frankfurti bíróság ideiglenesen felfüggeszti az Uber használatát, az eljárást Uber-ellenes tüntetések előzték meg. A német bíróság érvei szerint az Uber-sofőrökre nem vonatkozik rengeteg szabályozás, ami a taxisokra viszont igen. Az Uber-sofőrök nem kell taxi engedéllyel rendelkezzenek, ahogyan kötelező orvosi vizsgálatuk sem kell legyen. Végül az UberPOP szolgáltatás egész Németország szerte betiltásra került, viszont a vállalat ekkor sem hátrált meg, folytatják a fuvarok szervezését, viszont ezt a jogszabályoknak eleget téve ellenőrzött autókkal és hivatásos sofőrökkel.

Több kivitelezési módja is volt az Uber betiltásának, például 2014 decemberében miután betiltották az Ubert Spanyolországban tisztességtelen versenyelőny és képzetlen sofőrökre hivatkozva, a bíróság kötelezte a mobilszolgáltatókat, hogy az alkalmazást vegyék le az App Store-ból és a PlayStore-ból illetve blokkolják az alkalmazást.

Az Uber ellehetetlenítése már csak azért is érdekes, mert az Európai Bizottság nemrég tette közzé a sharing economyra épülő vállalkozásokra vonatkozó ajánlásait. Eszerint többek közt a magánszállásokat kínáló Airbnb és a fuvarszervező Uber betiltása kizárólag a legvégső esetben helyénvaló. Az európai intézmény ugyanakkor fontosnak nevezte a megosztásalapú szolgáltatásokra vonatkozó adószabályok alkalmazásának egyszerűsítését és pontosítását is.

2. ábra Az Uber összehasonlítása a taxi szolgáltatásokkal



Forrás:Saját készítésű ábra

A fenti ábrán látható milyen lépéseken kell átmennünk abban az esetben, ha Uber-t illetve ha taxit veszünk igénybe. Láthatjuk, hogy az Uber esetében sokkal egyszerűbb átsiklani a lépéseken, míg ez egy taxi rendelése esetén több cselekvést von maga után. Kutatásom célja, hogy megvizsgáljam, milyen attitűddel rendelkeznek azon emberek, akik részt vesznek a sharing economyban, jelen esetben az Uber-t illetve a taxi társaságokat fogom összehasonlítani, hogy magyarázatot kapjunk, arra miért választják az emberek az Uber-t a taxi helyett.

4. Kutatás módszertana

4.1. Kutatási minta jellemzői

A kutatási módszertan lényeges részét egy kérdőív kitöltése képezi. Az online kérdőív azért a legjobb módja az egyének hozzáállásának a vizsgálata során mivel így elég embert el tudok érni ahhoz, hogy egy általános következtetést tudjak levonni a résztvevők attitűdjéről.

A következőkben a kérdőívvel kapcsolatos információkat fogom taglalni. A kérdőív összeállítása során az elsődleges cél az volt, hogy egy tömör kérdőívet hozzak létre mivel így többen töltik ki. A kérdőívem 18 kérdést tartalmaz, amelyek az Uber szolgáltatásának az értékelését, taxi társaságokkal való összehasonlítását valamint a résztvevő attitűdjét és fogyasztási szokásait vizsgálják.

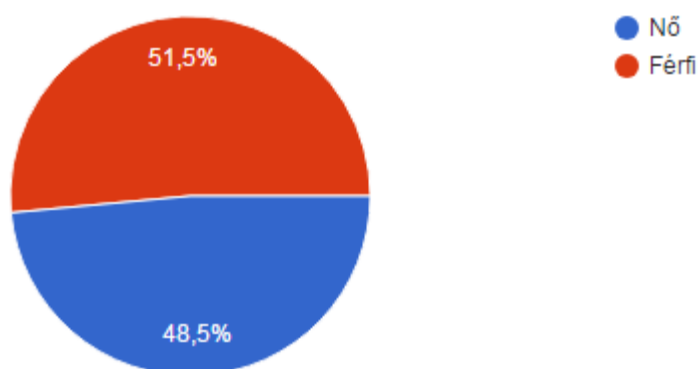
Többféle kérdéstípust használtam, a leggyakoribb ezek közül az 5-ös numerikus skálán való értékelés, ezen kérdéseken keresztül vizsgáltam, hogy a kitöltő mennyire értékeli a szolgáltatás egyes tulajdonságait mint például: rugalmasság, megbízhatóság, stb. A kérdések esetében az 1-től 5-ös skálán az egyes "egyáltalán nem fontos"-t jelentett míg az ötös "nagyon fontos"-t jelentett.

A következő kérdéstípus az egy felelet választós kérdések, melyek egy tulajdonság kiemelésére szolgáltak a többi közül vagy összehasonlítás céljából voltak jelen. A kérdőív rendelkezik egy több feleletválasztós kérdéssel melynek célja szintén az Uber illetve a taxi társaságok összehasonlítására szolgál.

A kérdőívet 101 ember töltötte ki, a kitöltők 100% teljesen kitöltötte a kérdőívet, így az összes választ figyelembe vettem. A következőkben a válaszokat kiértékelem, majd annak érdekében, hogy megtudjuk az attitűdök között milyen kapcsolatok állnak fent az SPSS program segítségével statisztikailag elemzem ki a válaszokat.

A következő két diagram által a kitöltők életkorának illetve nemi eloszlásának az arányát láthatjuk

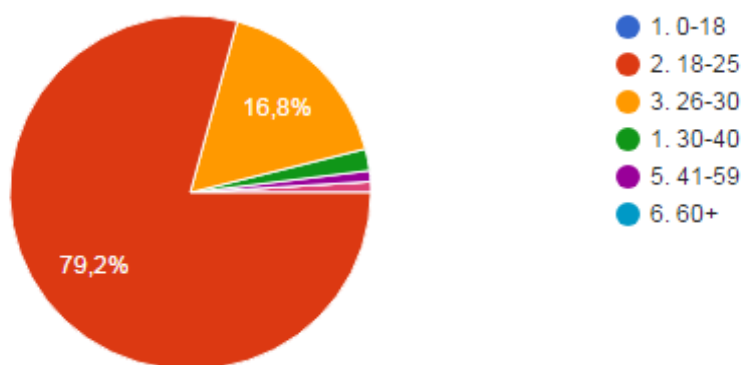
3. ábra Nemi eloszlás



Forrás: Saját szerkesztés

Látható hogy a kitöltési arány éppen megfelelő a vizsgálathoz, mivel a nemek eloszlása megközelítőleg megegyezik.

4. ábra: A kitöltők életkorának eloszlása



Forrás: Saját szerkesztés

A kitöltők életkora esetén már nem láthatunk ennyire egyenletes eloszlást a 18 és 25 év közöttiek messzemenően vezetnek, ez betudható annak, hogy ez a generáció az amelyet a legjobban érinti a közreműködő fogyasztás témája

4.2.A szolgáltatás értékelése

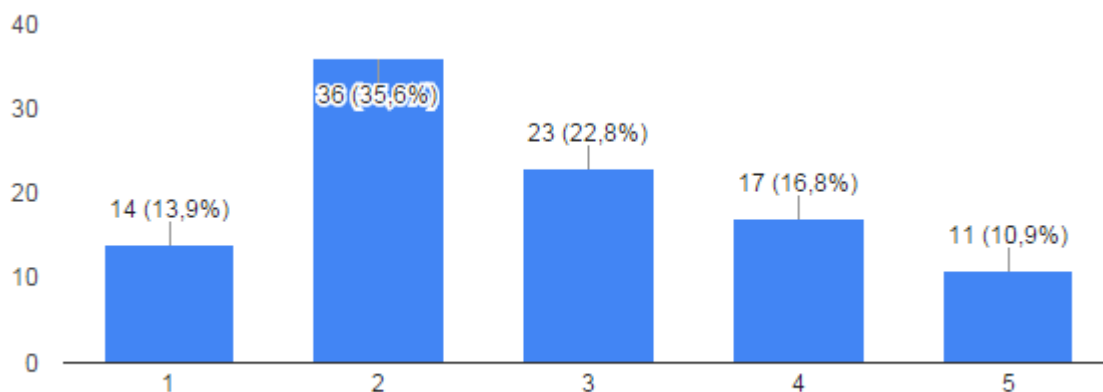
Még mielőtt megvizsgálnánk a résztvevők hozzáállását, azt elemezzük, hogy hogyan értékelik az Uber szolgáltatásait, majd összevetjük ezt a hasonló szolgáltatást nyújtó vállalatokkal.

Az első és egyben az egyik legfontosabb kérdés az volt, hogy milyen a résztvevők általános megelégedettsége az Uber-el kapcsolatban. A megelégedettség egy 1-től 5-ig tartó numerikus skálán volt mérve, melyen az 1-es az "egyáltalán nem vagyok megelégedve a szolgáltatással" –t jelentett, míg az 5-ös a "teljes mértékben meg vagyok elégedve a szolgáltatással"–t jelent. A kitöltők több mint 70% meg volt elégedve a szolgáltatás minőségével.

A megelégedettséget követően a gyakoriság vizsgálata következik, amely szintén egy 1-5-ös

5. ábra Uber használatának gyakorisága

numerikus skálán történt.



Forrás: Saját szerkesztésű

Ahogy a fenti grafikon is mutatja túlnyomó részt nagyon ritkán illetve ritkán használják az Uber-t, a kitöltők mindössze 11%-a tartja magát gyakori felhasználónak.

Egy elégedett felhasználó gyakori tulajdonsága az, hogy az általa jónak talált szolgáltatást másoknak is ajánlja, így feltettem azt a kérdést, hogy minek a hatására próbálta ki először az Uber-t. A válaszolók 60,4% barátai hatására próbálta ki a szolgáltatást, ami nem meglepő

hiszen az Uber remek promóciókkal rendelkezik ezen a téren: ha meghív egy felhasználó egy új tagot akkor a meghívó és a meghívott is egy ingyen útban részesül az Uber jóvoltából.

Ha már említettem a promóciókat a kérdőív egy olyan kérdést is tartalmaz, amely az emberek megelégedettségét méri ezekre a promóciókra. A válaszadók 96%-a az Uber promócióit megfelelőnek, jónak illetve kiválónak találja.

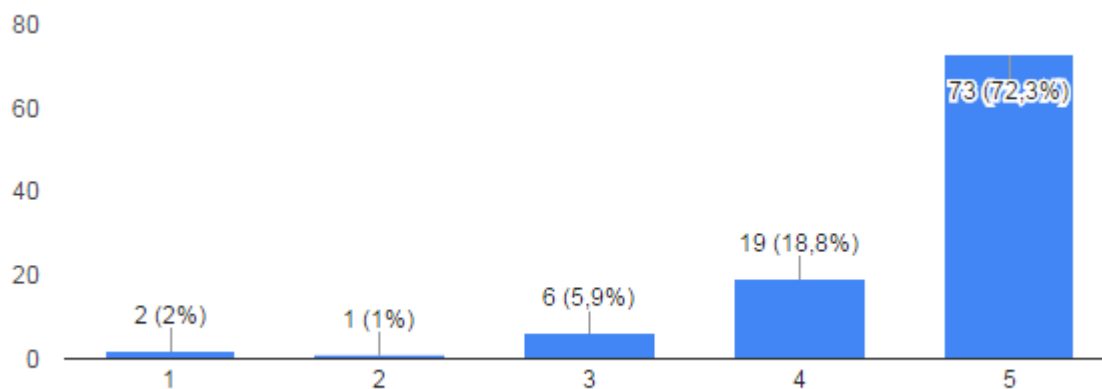
4.3.A hozzáállás vizsgálata

Ahogy már említettem 3 kérdéstípus jelenik meg a kérdőívben, melyből az egyik a résztvevők hozzáállását vizsgálja. Itt minden kérdés arra alapszik, hogy egy adott tulajdonság mennyire fontos egy 1-től 5-ig mért numerikus skálán a fogyasztó számára.

Elsősorban arra kerestem a választ, hogy mennyire fontos a résztvevők számára a megbízhatóság. Esetünkben megbízhatóság alatt azt értjük, hogy amikor szükség van a szolgáltatásra, akkor tudunk rá számítani mindig vagy sem, tehát a kérdés hogy rendelkezésünkre fog állni egy autó a kívánt időben. Mivel közlekedésről beszélünk ez egy

6. ábra A megbízhatóság fontossága

olyan tényező, ami elengedhetetlen.



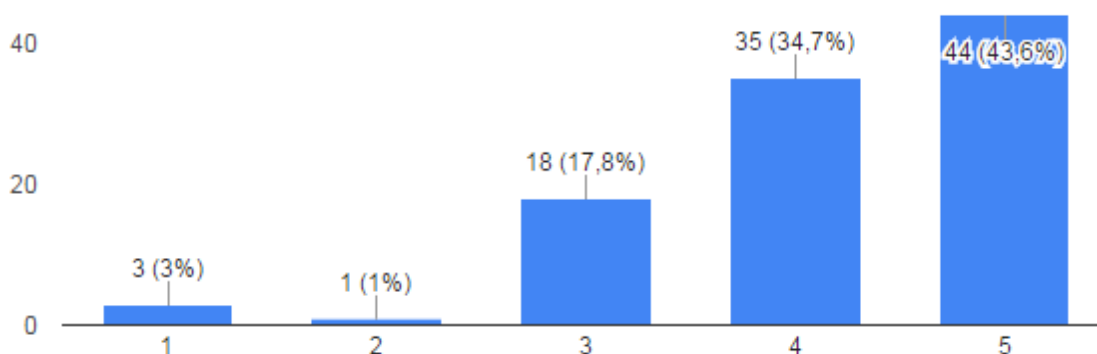
Forrás: Saját szerkesztés

Ahogy a fenti grafikon is mutatja az emberek 72,3% tartja nagyon fontosnak illetve 18,8% tartja fontosnak a megbízhatóságot, ha az Uber-t választják. Számtalan eset történik, taxi társaságok esetében mikor egy autót rendel az ügyfél és az vagy nem érkezik meg vagy nem a megfelelő embert szolgálja ki, esetünkben az Uber alkalmazása miatt ez egyáltalán nem áll fent, így az Uber jól tud teljesíteni az emberek által elvárt megbízhatósági szinten.

A készpénzmentesség fontosságán már nem volt ennyire egyöntetű a válasz, mint az előző esetben, bár az emberek több mint 60%-a számára fontos, hogy a tranzakció banki átutalás keretén belül történjen, mégis 25% számára közömbös volt a kérdés. A készpénzmentesség mellett a legjobban a külföldi utazások állnak, mikor a résztvevők nem rendelkeznek helyi valutával és utazni szeretnének. A szolgáltatás ezáltal nagyon leegyszerűsödik illetve sok nem kívánt helyzet kikerülhető általa.

A másik fő tulajdonság, amit elvárhatunk egy személyszállítást végző szolgáltatótól az a pontosság. A 101 kitöltő 90% nyilatkozott úgy hogy számára fontos vagy nagyon fontos ez a tényező. Az Uber esetében nincs diszpécser, ahogyan azt a taxi vállalatoknál megszokhattuk, hanem az alkalmazáson láthatjuk, hogy mennyi idő, amíg megérkezik az autó, illetve hogy körülbelül mennyibe fog kerülni az út. Míg a megbízhatóság azt mutatja meg, hogy tudunk-e számítani a szolgáltatásra, a pontosság azt a feltételt vonja maga után, hogy ezt a megfelelő

7. ábra: A költséghatékonyság fontossága



időkorlátokon belül teszi.

Forrás: Saját készítésű

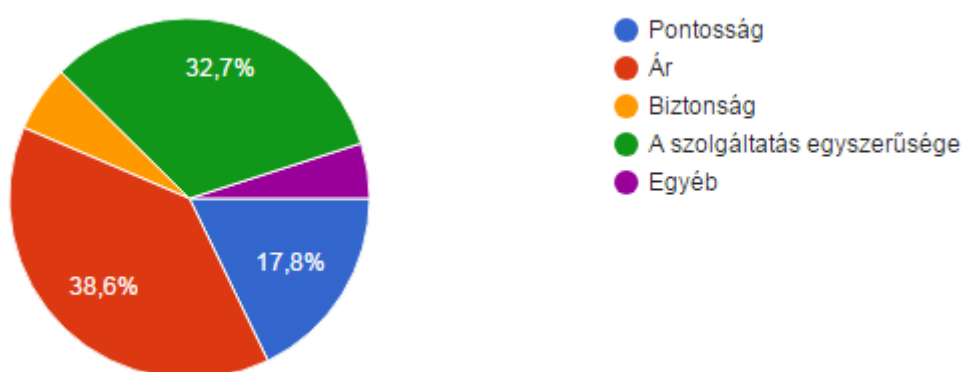
A költséghatékonyság, mint a közösségi gazdaság egyik alappilléreként jelenik meg. Esetünkben a kitöltők közel 80%-a számára fontos vagy nagyon fontos a költséghatékonyság, tehát legalább ugyanolyan teljesítményt nyújtson mint a helyettesítő szolgáltatások jobb ár mellett, vagy jobb teljesítményt nyújtson mint a helyettesítő szolgáltatások ugyanolyan ár

mellett. Az Uber általában tudja tartani az elvárt költségkeretet, általában versenytársaival azonos árban mozog, a szolgáltatás minőségét a későbbiekben értékeljük.

A közreműködő fogyasztást, mint a környezet védelem zászló hordozóját emlegetik, viszont esetünkben ez a kérdés nem egyértelmű. Az Uber sofőrök többsége nem azért kínálja fel a szolgáltatást, mert azonos az úti célja a fogyasztóval, hanem pénzkeresési lehetőségként van jelen. Kérdéses akkor az is, hogy kevésbé szennyezzük a környezetet ha Uber-el megyünk vagy inkább saját autónkat használjuk. A kitöltők mintegy 42%-a számára volt közömbös a környezetvédelem, ami be is igazolja a fentiekben felvetett gondolatmenetet.

Miután kiértékelésre került, hogy melyik tulajdonság mennyire fontos a felhasználók számára, a kérdőívben egy kérdés arra vonatkozik, hogy melyik szempont miatt dönt végül a fogyasztó

8. ábra Az elsődleges szempont



az Uber mellett, tehát melyik az a tulajdonság, ami a legjobban befolyásolja a döntést.

Forrás:Saját szerkesztés

A szolgáltatás egyszerűsége és a szolgáltatás ára egyaránt meghatározó esetünkben. Bár ahogyan a korábbiakban láthattuk a pontosság nagyon fontos a résztvevők számára, mégsem válik a legkiemelkedőbb elsődleges prioritássá.

A következőkben összesítésre fognak kerülni a fentiekben elemzett tulajdonságok.

9. ábra Leíró Statisztika

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Költséghatékonyság	101	1,0	5,0	4,149	,9527
Pontosság	101	1,0	5,0	4,376	,7981
Megbízhatóság	101	1,0	5,0	4,584	,8157
Rugalmasság	101	1,0	5,0	3,960	,9372
Környezet védelem	101	1,0	5,0	3,000	1,1576
Kézpénz mentesség	101	1,0	5,0	3,861	1,1919
Valid N (listwise)	101				

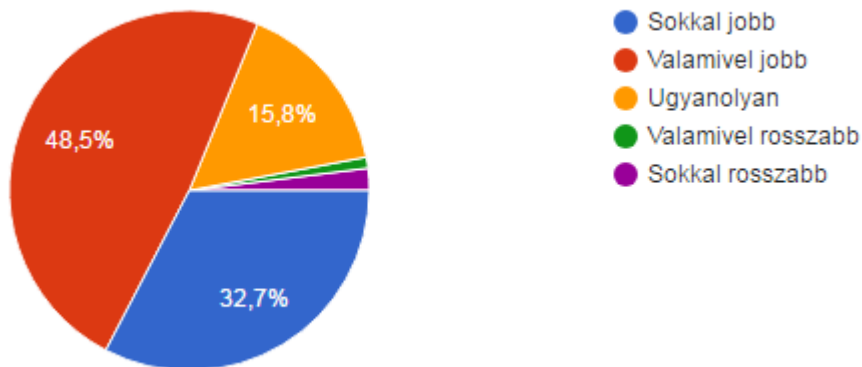
Forrás:Saját szerkesztésű

A fenti táblázat alapján látható, hogy a résztvevők számára átlagosan a legfontosabb tulajdonság a megbízhatóság, mivel az rendelkezik a legnagyobb átlaggal.

Mivel a szórása a környezetvédelemnek a legnagyobb, így megállapíthatjuk, hogy ebben a kérdésben tér el a legjobban a résztvevők hozzáállása, bár már a korábbiakban említésre került, hogy ez esetünkben miért is annyira vitatott kérdés.

4.4. Uber és a taxi szolgáltatók

Végül a harmadik nagy kérdéstípus az Uber szolgáltatásait hasonlítja össze a taxi szolgáltatókéval. A fentiekben már kiértékelésre került az Uber, most azonban hasonlítani fogjuk a személyszállító szolgáltatásokhoz. A kérdés az volt, hogy hogyan értékelik a résztvevők az Uber-t a helyettesítő szolgáltatásokhoz képest.



10. ábra Uber és taxi összehasonlítása

Forrás: Saját szerkesztés

Látható, hogy a kitöltők csupán 16% találta úgy, hogy az Uber értékelése pont ugyan olyan mint a vetélytársaié, a résztvevők 81%-a szerint az Uber valamivel illetve sokkal jobb mint más személyszállító szolgáltatás.

Bár arra fény derült, hogy az emberek többsége jobbnak tartja a szolgáltatást, viszont az előzőekben már taglalt tulajdonságokon túl szükséges volt tudnom, hogy az Uber még miben tér el más szolgáltatóktól. Egy olyan kérdést ettem fel amelynél több válaszlehetőség volt, és a kitöltő azokat jelölte ki, mely tapasztalatai alapján igaznak talált, öt válaszlehetősége adtam meg melyek:

1. Az út olcsóbb volt
2. A sofőr kedvesebb volt
3. A sofőr a legrövidebb úton vitt
4. Az autó időben érkezett meg
5. A sofőr kiegészítő szolgáltatásokat kínált

Az 1.,2. illetve a 3-as válaszok egyaránt 50%felett teljesítettek, amiből a legkiemelkedőbb az út árára vonatkozó, amelyet a kitöltők 68%-a választotta.

11. ábra: A taxitársaságokhoz képest ön az Ubert:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Biztonságosabbnak tartom	52	51,5	51,5	51,5
	2. Ugyanolyannak találom	40	39,6	39,6	91,1
	3. Kevésbé biztonságosnak tartom	9	8,9	8,9	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Forrás: Saját szerkesztés

Ami a személyszállító szolgáltatásoknál elengedhetetlen az a biztonság. A kérdőív során kiértékelésre került, hogy a felhasználók mennyire találják biztonságosnak az Uber-t a többi személyszállítást végző szolgáltatóhoz képest. Mint tudjuk az Uber-nek több intézkedése is van annak érdekében, hogy biztonságérzettel töltsen meg a felhasználóit. Az alkalmazáson keresztül egyből láthatjuk az értünk érkező sofőrt, annak értékelését illetve azt is, hogy milyen autóval érkezik. Az út során az alkalmazás segítségével végig követhetjük, hogy a megadott irányba tartunk vagy sem. A válaszadók több mint fele tartotta biztonságosabbnak az Uber szolgáltatásait, 39%-uk ugyanolyannak sorolta be a szolgáltatást, mint a versenytársakat.

5.Következtetések

A dolgozat során három kérdés tevődött fel, melyből az első az Uber szolgáltatásának értékelése volt melyből kiderült, hogy a résztvevők túlnyomó része elégedett a szolgáltatás minőségével, bár a használata ritkább, ebben az esetben a szélsőséges válaszok nagyon kis arányt mutattak, a legjellemzőbben az emberek az Uber-t néha használják. Ezt az eredményt annak köszönhetően kaptuk, hogy Romániában még nagyon új az Uber, többek között a bakkártya használati szokásaink eléggé eltérnek a nyugaton érvénybelévő irányvonalakhoz képest, a romániai emberek hajlamosak elutasítóak lenni abban az esetben ha bank kártyaszámukat kell megadják egy vásárlásukhoz.

A második illetve a dolgozat egyben egyik központi kérdése az volt, hogy a résztvevők milyen tulajdonság alapján csatlakoznak a CC-hez esetünkben ezt az Uber-re szűkítve. Itt nyilvánvalóvá vált, hogy 3 tulajdonság az ami mindenképpen kiemelkedik a többi közül ezek: a szolgáltatás ára, a megbízhatósága illetve az egyszerűsége. Az Uber árai és a hasonló helyettesítő szolgáltatások árai között nem tanúsítható hatalmas különbség, de a legtöbb esetben az Uber valóban olcsóbbnak bizonyul egy magasabb minőségi szint mellett. A szolgáltatás egyszerűsége az egyik legkiemelkedőbb tulajdonság, megnyomunk egy gombot és kapunk egy sofőrt. Pont ez az egyszerűség jellemzi az együttműködő fogyasztásban jelenlevő platformokat, mely által a közösségi gazdaság ennyire gyorsan ilyen népszerűvé válhatott.

Az utolsó nagy kérdéskör az Uber illetve a hasonló személyszállító szolgáltatásokat hasonlítja össze a résztvevők tapasztalatai alapján. A kérdéskör elemzése során láthattuk, hogy a résztvevők biztonságosabbnak, takarékosabbnak és személyesebbnek tartják az Uber-t vetélytársainál.

5.1 Kutatás korlátai és továbbviteli lehetőségei

A kutatásom néhány aspektusát még lehetne fejleszteni, annak érdekében, hogy egy átfogóbb képet kapjunk a közösségi gazdaság résztvevőiről és annak működéséről. Első sorban ha a kérdőívet több ember töltötte volna ki akkor még pontosabb adatokkal lett volna lehetőségem dolgozni, illetve újabb kutatási kérdések is az előtérbe kerülhettek volna. Másodsorban nem kizárólag az Uber résztvevőit vizsgálnám és nem csupán a személyszállítás iparágával foglalkoznék a dolgozat folytatásához, viszont Romániában a legtöbb közösségi gazdaság

modell még nincs annyira elterjedve, hogy azok alapján releváns kutatásokat lehessen végezni.

Ennek érdekében a dolgozatomnak lesz egy folytatása, amely a közösségi gazdaságban résztvevő egyének egy szélesebb körét célozza meg, így nem csak sokkal több egyén kerül megvizsgálásra de a dolgozat által kialakított kép is sokkal szélesebb körű lesz, melyből általánosabb következtetéseket fogunk tudni levonni.

6.Hivatkozások

1. Juho Hamari, Mimmi Sjöklint, Antti Ukkonen: The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption, Wiley Online Library 2015, 1-6 o.
2. Juliet B. Schor, Connor J. Fitzmaurice: Collaborating and Connecting: The emergence of the sharing economy, Cheltenham, UK 2015, 4-9 o.
3. Juliet Schor: Debating the Sharing Economy, 2014, 2-3 o.
4. Russel Belk: You are what you can access, York University, Canada 2013