



Közzététel: 2025. november 20.

A tanulmány címe:

A rövid távra lakást kiadók fenntarthatósági magatartása Magyarországon

Szerzők:

HARANGOZÓ GÁBOR

a Budapesti Corvinus Egyetem Fenntarthatósági Menedzsment és Környezetgazdaságtan Tanszékének egyetemi tanára

E-mail: gabor.harangozo@uni-corvinus.hu

ZILAHY GYULA

a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Környezetgazdaságtan és Fenntartható Fejlődés Tanszékének egyetemi tanára

E-mail: zilahy.gyula@gtk.bme.hu

DOI: <https://doi.org/10.20311/stat2025.11.hu1070>

Az alábbi feltételek érvényesek minden, a Központi Statisztikai Hivatal (a továbbiakban: KSH) Statisztikai Szemle c. folyóiratában (a továbbiakban: Folyóirat) megjelenő tanulmányra. Felhasználó a tanulmány vagy annak részei felhasználásával egyidejűleg tudomásul veszi a jelen dokumentumban foglalt felhasználási feltételeket, és azokat magára nézve kötelezőnek fogadja el. Tudomásul veszi, hogy a jelen feltételek megszegéséből eredő valamennyi kárért felelősséggel tartozik.

1. A jogszabályi tartalom kivételével a tanulmányok a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Sztj.) szerint szerzői műnek minősülnek. A szerzői jog jogosultja a KSH.
2. A KSH földrajzi és időbeli korlátozás nélküli, nem kizárólagos, nem átadható, térítésmentes felhasználási jogot biztosít a Felhasználó részére a tanulmány vonatkozásában.
3. A felhasználási jog keretében a Felhasználó jogosult a tanulmány:
 - a) oktatási és kutatási célú felhasználására (nyilvánosságra hozatalára és továbbítására a 4. pontban foglalt kivétellel) a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
 - b) tartalmáról összefoglaló készítésére az írott és az elektronikus médiában a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
 - c) részletének idézésére – az átvevő mű jellege és célja által indokolt terjedelemben és az eredetihez híven – a forrás, valamint az ott megjelölt szerző(k) megnevezésével.
4. A Felhasználó nem jogosult a tanulmány továbbértékesítésére, haszonszerzési célú felhasználására. Ez a korlátozás nem érinti a tanulmány felhasználásával előállított, de az Sztj. szerint önálló szerzői műnek minősülő mű ilyen célú felhasználását.
5. A tanulmány átdolgozása, újra publikálása tilos.
6. A 3. a)–c) pontban foglaltak alapján a

Folyóiratot és a szerző(ke)t az alábbiak szerint kell feltüntetni:

„*Forrás: Statisztikai Szemle c. folyóirat 103. évfolyam 11. számában megjelent, Harangozó Gábor – Zilahy Gyula által írt, A rövid távra lakást kiadók fenntarthatósági magatartása Magyarországon című tanulmány (link csatolása)*”

7. A Folyóiratban megjelenő tanulmányok kutatói véleményeket tükröznek, amelyek nem feltétlenül esnek egybe a KSH vagy a szerzők által képviselt intézmények hivatalos álláspontjával.

Harangozó Gábor – Zilahy Gyula

A rövid távra lakást kiadók fenntarthatósági magatartása Magyarországon

Pro-environmental behaviour of short-term housing rental hosts in Hungary

Harangozó Gábor, a Budapesti Corvinus Egyetem Fenntarthatósági Menedzsment és Környezetgazdaságtan Tanszékének egyetemi tanára

E-mail: gabor.harangozo@uni-corvinus.hu

Zilahy Gyula, a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Környezetgazdaságtan és Fenntartható Fejlődés Tanszékének egyetemi tanára

E-mail: zilahy.gyula@gtk.bme.hu

A tanulmány a rövid távra lakáskiadással foglalkozó magyarországi ingatlantulajdonosok fenntarthatósági attitűdjeit és környezeti magatartását vizsgálja a „termelve fogyasztás” (*prosumption*) kontextusában. A kutatás célja annak feltárása, hogy a termelve fogyasztás iránti pozitív attitűdök összefüggésben állnak-e környezettudatosabb attitűdökkel és viselkedéssel. A kérdőíves adatfelvétel során 112, rövid távra lakáskiadással foglalkozó hazai mikrovállalkozó került a mintába. A szerzők klaszteranalízist alkalmaztak, amely négy jól elkülönülő csoportot azonosított a termelve fogyasztás és a rövid távra lakáskiadás iránti attitűdök alapján. Ez alapján az „Innovatívok” klasztere mind a fenntarthatósági attitűdök, mind a szándékok és a tényleges környezeti magatartás terén kiemelkedett. Az eredmények statisztikailag szignifikáns kapcsolatot mutatnak a termelve fogyasztás iránti nyitottság és a környezetbarát gyakorlatok között. A tanulmány elméleti szempontból hozzájárul a termelve fogyasztás és a környezettudatos magatartás kapcsolatának mélyebb vizsgálatához, gyakorlati szinten pedig alapot ad célzott szakpolitikai és platformfejlesztési beavatkozásokhoz.

Kulcsszavak: termelve fogyasztás, rövid távra lakáskiadás, környezeti magatartás, Airbnb

This study examines the environmental behaviour of Hungarian property owners engaged in short-term rental of accommodation in relationship to „presumption”. The aim of the research is to explore whether positive attitudes towards prosumption are associated with more environmentally conscious attitudes and behaviour. Data were obtained through a survey including 112 Hungarian micro-entrepreneurs engaged in short-term residential rental. The authors used cluster analysis, which identified four distinct groups based on attitudes toward prosumption and short-term residential rentals. Based on this, the „Innovative” cluster stood out in terms of sustainability attitudes, intentions, and actual environmental behaviour. The results show statistically significant relationship between openness to prosumption and environmentally friendly practices through short-term rental. From a theoretical perspective, the study contributes with new insights to the investigation of the relationship between productive consumption and environmentally conscious behaviour. At the practical level, it provides a basis for targeted policy and platform development interventions.

Keywords: prosumption, short-term housing rental, environmental behaviour, Airbnb

Az elmúlt évtizedek egyik fontos tendenciája a fogyasztók gazdasági életben betöltött szerepének átalakulása. Ezen változások egyik megnyilvánulási formája a termelők és a fogyasztók közötti éles határvonal elmosódása, a *prosumption*, avagy termelve fogyasztás jelenségének a térhódítása, aminek során a fogyasztók bekapcsolódnak a termelési folyamatok különböző fázisaiba (Toffler, 1980; Ritzer–Jurgenson, 2010). Bár a terület egyes formái nem újkeletűek (lásd pl. a háztáji gazdaságokat), a digitális platformok és a közösségi gazdaság elterjedése az elmúlt években számos szektorban a jelenség gyors terjedéséhez vezetett, mint a közlekedés (pl. Uber), az ingatlanok bérbeadása (pl. Airbnb), a médiafogyasztás (pl. YouTube) és az energiatermelés (pl. a napenergia hasznosítása) (Humphreys–Grayson, 2008; Ritzer et al., 2012; Tóth–Szigeti, 2019). Ez az átalakulás azonban nem tekinthető egyszerű technológiai fejlődésnek, hiszen a fogyasztók szerepében, preferenciáiban és elvárásaiban bekövetkezett mélyebb átalakulásokat is magában foglal.

A termelve fogyasztás jelenségét általában előremutató, a fenntartható fejlődést elősegítő jelenséggént írják le, amely hozzájárulhat a társadalmi és a környezeti kihívások megoldásához (Jaakkola–Alexander, 2015). A termelési folyamatok decentralizálása, az erőforrások megosztása, az együttműködő (*collaborative*) fogyasztás csökkentheti a természeti erőforrások felhasználását, elősegítheti a körforgásos gazdaságot, és erősítheti a társadalmi csoportok közötti kapcsolatokat (Botsman–Rogers, 2010; Curtis–Lehner, 2019). Ez az elképzelés különösen erősen jelenik meg a megosztáson alapuló gazdaság esetében, ahol a fogyasztók aktív részvétele pozitív társadalmi változásokat és fenntarthatóbb életmódot ígér.

A terület ilyenfajta optimista felfogása mellett egy fontos potenciális hátrány is megemlíthető (Blättel-Mink, 2014). Ilyen pl. a visszapattanó hatás, amely azt jelenti, hogy a hatékonyságjavulás eredményeként olcsóbbá váló termék vagy tevékenység iránti kereslet megnő (Bajmócy–Málovics, 2011), ami túlfogyasztáshoz vezethet, részben csökkentve (vagy akár teljesen semlegesítve) a pozitív környezeti és társadalmi hatásokat.

Bár sokszor azt feltételezzük, hogy a termelve fogyasztók gyakrabban végeznek környezetbarát tevékenységeket és folytatnak fenntartható életmódot, a termelve fogyasztás és a környezeti attitűdök, szándékok és cselekvések közötti összefüggéssel kapcsolatos empirikus eredményeken alapuló ismereteink meglehetősen hiányosak. Felmerül a kérdés, hogy statisztikai eszközökkel is kimutatható-

e kapcsolat a termelve fogyasztáshoz való pozitív hozzáállás és a pozitív környezeti orientáció között. Ezt fontos tudni, hiszen a jelenség fenntarthatósági potenciáljára vonatkozó feltevések gyakran szolgálnak tudományos kutatás és gazdaságpolitikai döntések alapjául (Schor, 2016; Hamari et al., 2016), empirikus bizonyítékok hiányában azonban a termelve fogyasztás és a környezeti gondoskodás közötti pozitív kapcsolat mindössze normatív feltételezés marad.

Mindezen tendenciákat és a tudományos eredmények hiányosságait is figyelembe véve tanulmányunkban statisztikai eszközökkel vizsgáljuk, hogy a termelve fogyasztás irányában tanúsított pozitív viszonyuláshoz kapcsolódnak-e erősebb környezeti attitűdök, illetve környezetbarát viselkedés. Kutatásunk során a termelve fogyasztással kapcsolatos általános és egy konkrét megjelenési területével, a rövid távra lakáskiadással kapcsolatos specifikus viszonyulást vesszük górcső alá, majd az ezen változók mentén klaszterekbe sorolt rövid távra lakást kiadók környezeti attitűdjeit és viselkedését elemezzük egy hazai, kérdőíves lekérdezésen alapuló adatbázis segítségével. Eredményeink igazolják a feltételezést, miszerint a termelve fogyasztással kapcsolatos pozitív hozzáállás egyúttal magasabb környezeti attitűdökkel és cselekvési hajlandósággal is párosulnak, ami mind a gyakorlati szakemberek, mind a szakpolitikai döntéshozók számára értékes információ.

A tanulmány felépítése a következő. Az 1. fejezetben áttekintjük, hogy a szakirodalom alapján milyen motivációk állnak a rövid távra lakáskiadás hátterében, különös tekintettel a környezetvédelemmel, fenntarthatósággal kapcsolatos motivációkra, és a szakirodalom alapján kutatási hipotéziseket fogalmazunk meg. A 2. fejezetben bemutatjuk az adatgyűjtés és a minta jellemzőit, a főbb változókat és a mérés módját, illetve az alkalmazott statisztikai módszereket és a háttérükben álló megfontolásokat. A 3. fejezet a rövid távra lakást kiadók fenntarthatósághoz való hozzáállását vizsgáló kutatás eredményeit mutatja be. A 4. fejezet az eredmények alapján levonható elméleti és gyakorlati következtetéseket, illetve a kutatás limitációit, míg az 5. fejezet a tanulmány összegzését tartalmazza, és ez alapján felvázol néhány további lehetséges kutatási irányt.

1. A rövid távra lakáskiadás a fenntarthatóság perspektívájából

1.1. A rövid távra lakáskiadás fenntarthatósági aspektusai

A rövid távra lakáskiadás (*short term rental*, STR) formájában megvalósuló termelve fogyasztás és a fenntartható fogyasztás koncepciói számos ponton kapcsolódnak egymáshoz (Csutora et al., 2022a, 2022b). A rövid távra lakáskiadási tevékenységek fenntarthatósági hatásai nem egyértelműek: a helyi körülményektől függően pozitív és negatív hatások egyaránt jelentkezhetnek (Soltész–Zilahy, 2019).

Gazdasági szempontból a rövid távra lakáskiadás kiegészítő jövedelmet biztosíthat a helyi lakástulajdonosoknak, növelheti a foglalkoztatást és a családi vállalkozások térnyerését (Csákné Filep et al., 2023), és a turisták költségeit a helyi vállalkozásokhoz irányíthatja a nagy szállodaláncok helyett (Caldicott et al., 2020). Ugyanakkor emelheti a lakásárakat, és fokozza a versenyt a hagyományos szállásadókkal (Hall et al., 2022), ami társadalmi feszültségekhez vezethet. Társadalmi előnye, hogy elősegíti a vendégek és a házigazdák közötti társas interakciókat, és támogatja a különböző kulturális háttérrel rendelkező személyek és csoportok közötti kapcsolatépítést (Gossen et al., 2019; Xie–Gjerald, 2022). A platformok mikroállalkozói lehetőségeket is teremtenek, elősegítve a helyi gazdasági részvételt és a társadalmi befogadást. Az Airbnb elősegítheti az erőforrás-megőrzést és a lakosok életkörülményeinek javítását, ahogyan azt egy vietnámi példa is mutatja (He–Mai, 2021). Ugyanakkor a városi Airbnb terjedése dzsentifikációhoz és a közösségi társadalmi tőke gyengüléséhez vezethet, mint az Madrid, Barcelona és Palma de Mallorca esetében is látható (Garcia-Ayllon, 2018).

Környezeti szempontból előnyös, hogy a megosztáson alapuló modell csökkenti az új építkezések szükségességét, mérsékelve a környezeti terhelést (Cheng et al., 2020). Az Airbnb-szállások gyakran kevesebb energiát és erőforrást igényelnek, mivel az egyéni házigazdák jellemzően hatékonyabban gazdálkodnak (Midgett et al., 2017). A fenntartható gyakorlatokat (pl. víztakarékosság, energiatakarékos fűtés) a vendégek és a platform támogatási lehetőségei is ösztönzik (Rossmannek–Chen, 2023). Jelentős környezeti hátrány, hogy az Airbnb hozzájárul a turizmus által okozott zsúfoltsághoz, amely túlterheli a helyi erőforrásokat és infrastruktúrát (Martín et al., 2018), fokozza az erőforrás-túlhasználatot (mint pl. Fokváros vízhiányos helyzetében [Prinsloo–Fitchett, 2023]), illetve növeli a zaj- és a közlekedési terhelést (Gurran–Phibbs, 2017). Mindezekon túl, a rövid távra lakáskiadás tömeges megjelenése hazánkban jelentős szabályozási (Ritzlné–Máténé, 2020) és intézményi változásokat (Szabó, 2017) is magával vont.

1.2. A rövid távra lakáskiadást motiváló tényezők

A fentiekben bemutatott hatások függvényében helyi és országos szinten is egyre inkább felmerül a rövid távra lakáskiadás ösztönzésének vagy éppen korlátozásának az igénye, ahogy arra már Magyarországon is látunk példákat. A megfelelő helyi, illetve szakpolitikai döntések meghozatalához fontos azonban megismerni az ingatlanokat bérbe adó tulajdonosok motivációját és viselkedését. Az ezzel kapcsolatos kutatási eredmények jelentős része az ingatlan bérbeadásához vezető motivációkon keresztül vizsgálja a kérdést, és megállapítja, hogy a tulajdonosok motivációi sokrétűek, és mind belső (*intrinsic*), mind külső (*extrinsic*) tényezőket magukban foglalnak: a házigazdák döntéseit anyagi megfontolások, társas interakciók, valamint személyes értékek együttesen befolyásolják, és további motivációs tényezők is azonosíthatók.

Karlsson és szerzőtársai (2016) egy ausztráliai felmérés eredményeit ismertették, amelyben az ingatlanjukat kiadó tulajdonosoknak az alábbi kérdést tették fel: „Kérjük, mondja el, mi a legfőbb oka annak, hogy kiadja ingatlanát!” A 244 házigazda válasza alapján három fő motivációs kategóriát azonosítottak: „jövedelem”, „társas interakció” és „megosztás”, amelyek további alkategóriákra bonthatók. A jövedelemnövekedést – amelyet a válaszadók 82%-a említett – a mindennapi megélhetés biztosítására vagy luxuskiadások fedezésére használják. A társas interakciókat a válaszadók 31%-a jelölte meg, ide különféle okok tartoznak, amelyek miatt a házigazdák élvezik az emberekkel való találkozást. Végül a megosztást a válaszadók 14%-a említette, ehhez az üresen álló helyiségek megosztása, valamint a saját életük megosztása tartozik.

Zhang és szerzőtársai (2019) a megosztáson alapuló gazdaságban rejlő mikro-vállalkozói lehetőségeket vizsgálták, és Airbnb-házigazdákkal készítettek interjúkat, hogy feltárják a sokféle tapasztalatot. Eredményeik szerint a pénzügyi haszon és a kulturális tanulás volt a leggyakrabban említett motiváció, ami egybeesik a fiatalabb generációk pénzügyi tudatosságának növekedésével (*Garai-Fodor et al., 2019*). A társas kapcsolatok szintén gyakran szerepeltek pozitív következményként, emellett a személyes fejlődést és a sikerélményt is említették a résztvevők. Ugyanakkor negatív tényezőként a magánélet hiánya és az érzelmi stressz is megjelent. A szerzők arra a következtetésre jutottak, hogy a megosztáson alapuló gazdaság elősegíti a közösségépítést és a hatékony erőforrás-felhasználást.

Bremser és Wüst (2021) egy németországi felmérésben 359 résztvevő motivációit vizsgálta, akik közül 12% már adott ki lakást vagy szobát. Eredményeik szerint az anyagi motivációk jelentősen növelik a kiadási hajlandóságot, míg a társas motivációk kisebb szerepet játszanak a döntéshozatalban. *Chung és szerzőtársai (2022)* amerikai és kanadai Airbnb-házigazdák motivációit vizsgálták 165 fős fel-

mérésükben, valamint a feltárt motivációk későbbi hatásait is elemezték. Eredményeik szerint a pénzügyi motiváció mellett belső, önmagában értelmezhető motivációk – pl. „a szépség megosztása” és „emberekkel való találkozás” – is szerepet játszanak a vendégfogadásban. Arra a következtetésre jutottak, hogy a motivációk befolyásolják a házigazdák sikerességét: azok a házigazdák, akik erősebben elkötelezettek a tevékenység iránt, jobb értékeléseket kapnak, és magasabb árakat kérhetnek.

Belot és szerzőtársai (2024) arra a következtetésre jutottak a professzionális, rövid távra lakást kiadó szereplők jellemzőit vizsgálva a kanadai Montrealban, hogy bár a rövid távú kiadásokból származó, potenciálisan magasabb bevétel fontos motiváció, de nem az egyetlen. A házigazdák értékelik a nagyobb kontrollt saját ingatlanjuk felett, valamint azt, hogy elkerülhetik a hosszú távú bérlőkkel járó bonyodalmakat. A rövid távra lakáskiadás rugalmassága szintén fontos motivációs tényező volt a montreali házigazdák körében. Bár ezek a tanulmányok rávilágítanak a rövid távra lakáskiadással foglalkozó házigazdák motivációira, viszonylag kevés információ áll rendelkezésre arról, hogy mennyire hajlandók környezetbarát megoldásokat kínálni vendégeik számára.

Huang és szerzőtársai (2020) a megosztáson alapuló gazdaságban való részvétel motivációit vizsgálták az Airbnb és az Uber felhasználóinak körében a tervezett viselkedés elmélete (TPB) és a társadalmi tőke elmélete (SCT) alapján, ahol a TPB bizonyult erősebb magyarázó modellnek. Eredményeik szerint az anyagi előnyök mellett – amelyek jelentősen ösztönzik az eszközmegosztást – a platformok egyedisége, mások segítségének öröme, a közösséggel való azonosulás, valamint a környezettudatosság is fontos szerepet játszik a megosztási szándékok kialakulásában.

Fudurich és MacKay (2020) a torontói nagyvárosi régió Airbnb-házigazdáival készített interjúkat, hogy feltárják érdeklődésüket egy környezeti tanúsítási rendszer iránt (amely akkoriban még nem létezett az Airbnb-házigazdák számára). Eredményeik szerint a házigazdákat személyes értékrendjük és a kereskedelmi előnyök egyaránt motiválták, és kulcsfontosságú tényezőként azonosították a hasonlóan gondolkodó vendégek bevonzásának a lehetőségét. Elsődleges belépési akadályként a magas költségeket jelölték meg, és azt is megállapították, az is befolyásolja a részvételi hajlandóságot, hogy a megkérdezettek mennyire vannak tisztában egy háztartás környezeti hatásaival.

A környezeti megfontolások motivációs szerepe ugyanakkor nem egyértelmű. *Navarro-Mendoza és szerzőtársai (2023)* az Airbnb-házigazdák belső motivációit vizsgálták a perui Limában, a millenniumi vendégek által írt értékelések elemzésével. A kutatás során sikerült azonosítani az „altruizmus” és a „társas interakció” motívumait, azonban a „környezeti fenntarthatóságra” vonatkozó utalások egyáltalán nem jelentek meg az értékelésekben.

A fentiekből látható, hogy bár az anyagi tényezőkön kívül számos egyéb, intangibilis tényező is szerepet játszik a rövid távra lakáskiadásban, a környezeti tényezők csak kismértékben jelennek meg a motivációs tényezők között.

1.3. A rövid távra lakást kiadók környezeti orientáltsága

Miközben a rövid távra kiadott lakások bérlőinek magatartását számos kutatás vizsgálta, és a bérbeadók motivációjáról is rendelkezünk információval, a bérbeadók környezeti attitűdjeivel és viselkedésével kapcsolatban rendelkezésre álló irodalom igencsak szűkös. *Gierszewska és Seretny (2019)* egy egyetemi hallgatókból álló nemzetközi mintán pozitív kapcsolatot talált a termelve fogyasztáshoz való viszonyulás és a környezetbarát viselkedés között. Hasonló eredmények származtathatók *Perera és szerzőtársai (2018)* amerikai mintán végzett kutatásából is.

A rövid távra lakáskiadás kapcsán *Fudurich és Mackay (2020)* kanadai Airbnb-házigazdákat vizsgált, és azt találták, hogy a bérbeadók nyitottak a környezetvédelmi tanúsítási rendszerekre és általában is a környezeti fejlesztésekre az ingatlanokkal kapcsolatban. *Ranson és Guttentag (2019)* Angliában terepkísérleteket végzett, és megállapította, hogy a házigazdák társadalmi és környezeti attitűdjei ösztönzően hatnak a vendégek környezetbarát viselkedésére, így közvetve az egész rövid távra lakáskiadási folyamat fenntarthatóságára is.

Egy tajvani, Airbnb- és Uber-szolgáltatók körében végzett kutatás alapján *Huang és szerzőtársai (2020)* pozitív kapcsolatot találtak a környezeti tudatosság (a környezeti attitűd egyik formája) és az adott termelve fogyasztás tevékenységben való részvételi hajlandóság között. *Fudurich és MacKay (2020)* Airbnb-házigazdák motivációit elemző vizsgálatának eredményei arra utalnak, hogy a házigazdák fenntarthatósági attitűdjei pozitívan kapcsolódnak jövőbeli szándékaikhoz és viselkedésükhöz a környezetbarát gyakorlatok átvételében a rövid távra lakáskiadás kapcsán. Ezzel összecsengően *Tajeddini és szerzőtársai (2021)* megállapították, hogy a fenntarthatóságra törekvő Airbnb-házigazdák jobban érzékelik és értelmezik a vendégek hasonló elvárásait, így nagyobb valószínűséggel fejlesztik a rövid távra lakáskiadáshoz kapcsolódó tevékenységüket környezetbarát módon.

1.4. A kutatás hipotézisei

Kutatásunk arra a kérdésre összpontosít, hogy a rövid távra lakáskiadás iránt nyitott lakástulajdonosok vajon nyitottabbak-e a fenntartható fejlődés iránt is. A kérdés megválaszolására a bemutatott szakirodalmi áttekintés alapján az alábbi hipotéziseket határoztuk meg:

H1: A rövid távra lakáskiadás területén a termelve fogyasztás iránti nyitottság pozitív kapcsolatban áll a lakást kiadók fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdjével.

H2: A rövid távra lakáskiadás területén a termelve fogyasztás iránti nyitottság pozitív kapcsolatban áll a lakást kiadók egyéni fenntarthatósággal kapcsolatos szándékaival.

H3: A rövid távra lakáskiadás területén a termelve fogyasztás iránti nyitottság pozitív kapcsolatban áll a lakáskiadás során a környezetvédelmi szempontok tényleges érvényesítésével.

2. Kutatásmódszertan

2.1. Az adatgyűjtés és a minta jellemzői

A rövid távra lakást kiadók környezeti magatartásának pontosabb megértése online kérdőíves mintavétel formájában történt. A kérdőíves felmérés egy tágabb, a termelve fogyasztás hazai gyakorlatát felmérő kutatás keretein belül készült. Az adatok 2023 elejére érvényesek.

A tágabb, a termelve fogyasztás általános helyzetét vizsgáló kutatás keretében 2500 válasz érkezett be. Összesen 112 válaszadó foglalkozott rövid távra lakáskiadással (legalább egy szoba vagy egy teljes lakás tekintetében) és válaszolta meg az erre a területre vonatkozó kérdéseket. Jelen tanulmányban ez utóbbi részminta elemzése alapján vizsgáltuk a rövid távra lakást kiadók termelve fogyasztási attitűdjét és a környezeti és fenntarthatósági attitűdjét és magatartása közötti kapcsolatot.

Míg a termelve fogyasztás vizsgálatára vonatkozó nagyobb minta reprezentatív a 18 és 70 év közötti magyar lakosságra nézve (nem, életkor, végzettség és település szerint), addig a rövid távra lakást kiadók esetében a reprezentativitás nehezen vagy nem értelmezhető, hiszen nincs pontos összeírás az alapsokaságról (rövid távra lakást kiadók), illetve az érintett csoport gyorsan változik.

A vizsgált minta a következők szerint jellemezhető:

- Nem: 42 (37,5%) nő, 70 (62,5%) férfi.
- Életkor: 48 (42,9%) 18–29 év közötti, 25 (22,3%) 30–39 év közötti, 21 (18,8%) 40–49 év közötti, 11 (9,8%) 50–59 év közötti, 7 (6,3%) 60–70 év közötti.
- Iskolai végzettség: 3 (2,6%) alapfokú, 51 (45,5%) középfokú, 58 (51,8%) felsőfokú végzettségű.

- Településtípus: 24 (21,4%) fővárosi, 29 (25,9%) megyei jogú városi, 34 (30,4%) egyéb városi, 25 (22,3%) községi.
- Jövedelem: 17 fő (15,1%) 150 ezer forint/hó/fő alatt, 48 (42,9%) 150–300 ezer forint/hó/fő, 22 (19,6%) 300–400 ezer forint/hó/fő, 19 (17%) 400 ezer forint/hó/fő felett keres, 6 (5,4%) nem válaszolt.

A válaszadók demográfiai jellemzői csak részben relevánsak, hiszen a kiadott ingatlan sokszor nem az adott személy, hanem egy (vagy esetleg több) tulajdonában áll. Talán a településtípus a leginkább jellemző a kiadott ingatlan szempontjából, megoszlásának az országos átlaghoz való viszonyát az 1. táblázat foglalja össze.

1. táblázat

**A válaszadók településtípusok szerinti megoszlása és
a magyarországi átlaghoz való viszonya**

*Distribution of respondents by settlement type and comparison
with the Hungarian average*

Településtípus	Minta		Magyarország	
	válaszadó, fő	megoszlás, %	népesség, fő	megoszlás, %
Budapest	24	21,4	1 686 222	17,6
Megyei jogú város	29	25,9	1 959 126	20,4
Egyéb város	34	30,4	3 085 261	32,2
Község	25	22,3	2 854 018	29,8
Összesen	112	100,0	9 584 627	100,0

Forrás: saját szerkesztés, az országos adatok forrása: KSH (2024).

A táblázat alapján elmondható, hogy a minta és az országos alapsokaság eloszlása csak kismértékben tér el, ugyanakkor ennek iránya jól magyarázható. A mintában a többi településhez képest valamelyest magasabb a főváros és a megyei jogú városok aránya (miközben az egyéb települések aránya ennek megfelelően némileg alacsonyabb az országos átlagokhoz képest), de valószínűsíthető, hogy a rövid távra lakáskiadás is inkább a fővárosra és a megyei jogú városokra jellemző.

A rövid távra lakáskiadást végző személyek egyéb demográfiai ismérveinek országos megoszlásáról nincsen elérhető adat, a minta megoszlásának eltérései az országos átlagtól ugyanakkor nagyrészt szintén jól magyarázhatók. A fiatal korosztály és a felsőfokú végzettségűek (illetve részben a magasabb jövedelműek) az országos átlagnál magasabb aránya logikusnak tűnik, hiszen elsősorban ők azok, akik a hagyományos lakáskiadási formákkal szemben nyitottak az internetes platformokon keresztül intézett, több adminisztratív teendővel bonyolított rövid távra lakáskiadásra. A nemek közötti egyenlőtlen megoszlás (a férfiak magasabb aránya) véleményünk szerint nem releváns a kutatás szempontjából, hiszen a kitöltő személy nem feltétlenül egyedüli tulajdonosa a kiadott ingatlannak.

2.2. A kulcsváltozók és mérések

Az elemzés során használt kulcsváltozók két nagyobb csoportba sorolhatók. Az első csoportba tartoznak a következő alfejezetben bemutatott klaszterképzés alapjául szolgáló változók, a második csoportba a rövid távra lakást kiadók környezeti és fenntarthatósági attitűdjeit, cselekvési szándékát és magatartását mérő változók. A klaszterképzés alapjául két változócsoporthoz szolgált. A termelve fogyasztás iránti nyitottság (*Khademi-Vidra–Bujdosó, 2020*) mérésére hét, a rövid távra lakáskiadás iránti nyitottság mérésére öt állítást fogalmaztunk meg, ezeket mutatja be a 2. táblázat.

2. táblázat

A klaszterképzés alapjául szolgáló változók összefoglaló áttekintése
Overview of the variables used as the basis for cluster formation

Termelve fogyasztás iránti nyitottság	Rövid távra lakáskiadás iránti nyitottság
▪ Hasznos a saját fogyasztásra szánt termék előállítása. ▪ Függetlenséget ad a saját fogyasztásra szánt termék előállítása. ▪ Örömet okozhatunk magunknak azzal, hogy saját magunk készítünk el termékeket vagy végzünk szolgáltatásokat. ▪ Kreatívnak tartom azokat, akik saját maguk elő tudják állítani az általuk fogyasztott termékeket vagy végeznek szolgáltatásokat. ▪ Azok fogyasztanak saját maguk által előállított termékeket vagy végeznek szolgáltatásokat, akik nem tudják megvásárolni azokat. ▪ Azok állítják elő saját maguk az általuk fogyasztott termékeket vagy végzik el maguk a szolgáltatásokat, akik sok szabadidővel rendelkeznek. ▪ Akik saját fogyasztásra állítanak elő termékeket vagy maguk végzik a szolgáltatásokat, jellemzően vidéken élnek.	▪ Az internetes platformok segítségével történő rövid távra lakáskiadás jó dolog. ▪ Az internetes platformok segítségével történő rövid távra lakáskiadás jobb módja a vendéglátásnak, mint a szállodák. ▪ Az internetes platformok segítségével történő rövid távra lakáskiadás pozitív a társadalom számára. ▪ Az internetes platformok segítségével történő rövid távra lakáskiadás hasznos tevékenység. ▪ A rövid távra lakáskiadás biztonságos a lakástulajdonos és a bérlő számára is.

Forrás: saját szerkesztés.

A válaszadók környezetvédelmi és fenntarthatósági attitűdjeit és cselekvési szándékát (*Brambati et al., 2022*) tíz, illetve négy, a lakáskiadáshoz kapcsolódó tényleges környezetvédelmi magatartását (*Deltomme et al., 2023*) öt változóval mértük, ezeket foglalja össze a 3. táblázat.

3. táblázat

**A válaszadók környezetvédelmi és fenntarthatósági attitűdjait,
cselekvési szándékát és a rövid távra lakáskiadáshoz kapcsolódó
tényleges környezetvédelmi magatartását mérő változók áttekintése**
*Overview of variables measuring respondents' attitudes toward environmental protection
and sustainability, their intention to take pro-sustainability action, and
their environmental behaviour related to short-term home rental*

Fenntarthatósági attitűdök	Fenntarthatósági cselekvési szándék	Rövid távra lakáskiadáshoz kapcsolódó környezeti magatartás
A hagyományos szálláshelyekhez (szálloda, panzió) képest az internetes platform segítségével rövid távon kiadott lakás ▪ környezetbarátabb megoldás, ▪ elősegíti a fenntartható fejlődést, ▪ kedvező hatással van az ökoszisztémákra, ▪ kedvező az energiafelhasználás szempontjából, ▪ segít megőrizni a természeti erőforrásokat, ▪ társadalmi hatásai kedvezőek, ▪ segíti a helyi közösségeket, ▪ hozzájárul új kapcsolatok kialakításához, ▪ segíti a hátrányos helyzetű társadalmi csoportokat, ▪ hozzájárul a társadalmi egyenlőtlenségek csökkentéséhez.	A rövid távra lakáskiadás ▪ hatására jobban odafigyelek a környezet védelmére, ▪ tudatosabbá tette az energia- és vízfelhasználásomat, ▪ nyitottabbá tesz új dolgok kipróbálására, ▪ nyitottabbá tesz más emberek irányába.	▪ A lakáskiadás során figyelembe veszem a környezeti szempontokat. ▪ A lakáskiadás során odafigyelek az energiafelhasználásra. ▪ A lakáskiadás során odafigyelek a vízfelhasználásra. ▪ A lakáskiadás során odafigyelek a hulladékok megfelelő kezelésére. ▪ A lakáskiadás során a fentiekre ösztönzőm a vendégeimet is.

Forrás: saját szerkesztés.

A bemutatott kulcsváltozók mérésére 7 pontos Likert-típusú állításokat használtunk (*Hitchens et al., 2005*), ahol az 1-es válasz az „egyáltalán nem értek egyet”, míg a 7-es a „teljes mértékben egyetértek” jelentést hordozza. Az egyértelműség és a pontosság biztosítása érdekében a kérdőívet négy fenntarthatósági szakértővel előteszteltük, és a visszajelzéseik alapján néhány helyen pontosítottuk.

2.3. Az alkalmazott módszer

A szakirodalmi áttekintés alapján megfogalmazott kutatási hipotézisek tesztelésére kvantitatív statisztikai módszereket alkalmaztunk. Első lépésben klaszterelemzést végeztünk, a mintában szereplő válaszadókat a termelve fogyasztás, illetve a rövid távra lakáskiadás iránti nyitottságuk alapján soroltuk be az egyes klaszterekbe. A második lépésben a kialakított klasztereket egyrészt a klaszterképző ismérvek alapváltozói, másrészt a környezeti és a fenntarthatósági változók alapján hasonlítottuk össze. Az összehasonlításokhoz varianciaelemzést (ANOVA) alkalmaztunk.

A klaszterezéshez az alapul vett ismérvek, a termelve fogyasztás és a rövid távra lakáskiadás iránti nyitottság, alapjául szolgáló változókat (2. táblázat) ismérvenként aggregáltuk (az alapváltozók átlagolásával), a klaszterezés az aggregált változókon alapult. Annak elkerülése érdekében, hogy bármelyik változó domináljon, az aggregált változókat standardizáltuk (átlag = 0; szórás = 1). A minta méretét figyelembe véve a K-közepű klaszterezést választottuk (a hierarchikus módszer helyett). A változók alkalmasak voltak a klaszterezésre (a Pearson-féle korrelációs együttható az aggregált klaszterképző változók között 0,386 volt, mérsékelt korrelációt mutatott, míg az alapváltozók közötti korreláció szintén gyenge, illetve mérsékelt [0,079 és 0,414 közötti] volt).

A klaszterezés során több lehetőséget is megvizsgáltunk, végül a négy klaszteres opciót választottuk. A négy klaszter fölötti osztályozások esetén egy vagy több rendkívül kis elemszámú klaszter lett, míg a két-, illetve háromklaszteres opciók túl nagy és egyenlőtlen elemszámú klasztereket eredményeztek, ami lényeges információvesztéssel járt. A választott négyklaszteres besorolás esetében mindkét klaszterképző ismérv megfelelőnek bizonyult a klaszterezéshez ($p < 0,001$), az F-érték 91, illetve 131 volt, ami arra utal, hogy a rövid távra lakáskiadás iránti attitűdkomponens valamivel nagyobb mértékben járult hozzá a minta elemeinek besorolásához, mint a termelve fogyasztás iránti nyitottság komponense. A klasztereket ezt követően a klaszterképző ismérvek alapváltozói (2. táblázat), majd a környezeti és a fenntarthatósági változók (3. táblázat) szerint jellemeztük. Az összehasonlításokhoz a korábban említett varianciaelemzést alkalmaztuk, előfeltételként ellenőrizve a varianciák homogenitásának feltételét (a Levene-tesztet alkalmazva $p > 0,05$ minden esetben teljesült).

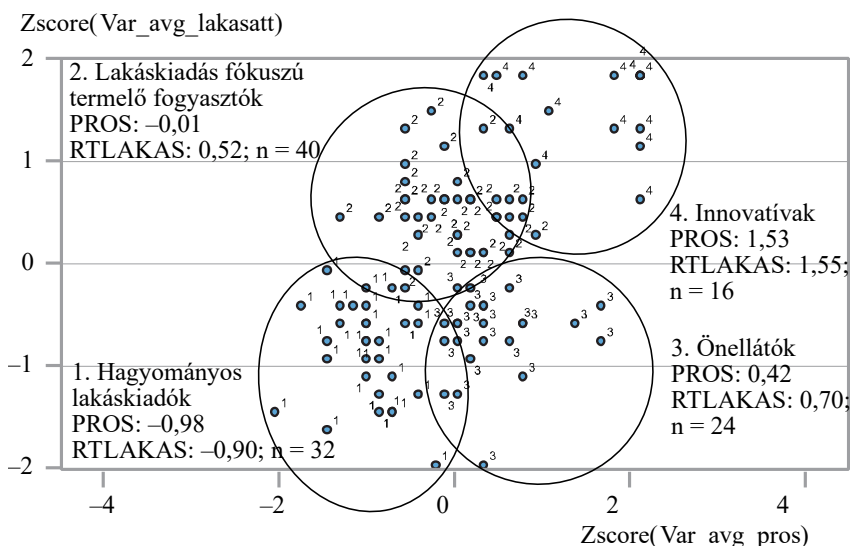
3. A rövid távra lakást kiadók fenntarthatósághoz való hozzáállását vizsgáló kutatás eredményei

Az előző fejezetben bemutatott klaszterképzési elvek alapján a mintában szereplő rövid távra lakást kiadókat az 1. ábra szerint négy klaszterbe soroltuk be.

1. ábra

A rövid távra lakást kiadók klaszterekbe való besorolása a termelve fogyasztáshoz és a rövid távra lakáskiadáshoz való hozzáállásuk alapján

Classification of short-term housing rental hosts into clusters based on their attitude towards presumption and short-term housing rental



Megjegyzés: n= 112. Forrás: saját szerkesztés.

Az „Innovatívok” klaszterbe sorolt válaszadók mind termelve fogyasztás, mind a rövid távra lakáskiadással kapcsolatos tudatosság tekintetében nyitottabbak. Az „Önellátók” a termelve fogyasztás területén, a „Lakáskiadás fókuszú termelve fogyasztók” a rövid távra lakáskiadás iránti tudatosság tekintetében teljesítettek jól, ellenben a másik klaszterképző ismerv szerint alulteljesítettek, miközben a „Hagyományos lakáskiadók” mindkét ismerv mentén alulteljesítettek. A négy klaszter összemérhető, nincs közöttük nagyságrendi eltérés, ez összhangban áll azzal a korábbi megállapítással, miszerint a különböző klaszterképző ismérvek változói között nincs jelentős korreláció. Ugyanakkor az ábrán az is látszik, hogy a klaszterek között nincs éles határ, sok megfigyelés található a klaszterhatárokhoz közel.

A különböző klaszterek pontosabb megértése érdekében az egyes klasztereket a klaszterképző ismérvek változói alapján jellemeztük, ezt foglalja össze a 4. táblázat.

4. táblázat

**A rövid távra lakást kiadók körében kialakított klaszterek jellemzése
a klaszterképző ismérvek alapváltozói szerint**

*Characterization of clusters formed among short-term housing rental hosts according to
the cluster formation criteria (n = 112; 1: fully disagree, 7: fully agree)*

Alapváltozók	1. Hagyo- mányos lakás- kiadók	2. Lakás- kiadás fókuszú termelve fogyasz- tók	3. Önellátók	4. Inno- vatívak	F-érték ^{a)}
Termelve fogyasztási attitűdök					
Hasznos a saját fogyasztásra szánt termék előállítás	4,06	5,73	6,00	6,75	22,295
Függetlenséget ad a saját fogyasztásra szánt termék előállítás	4,32	5,78	5,92	6,88	21,410
Örömet okozhatunk magunknak azzal, hogy saját magunk készítünk el termékeket vagy végzünk szolgáltatásokat	4,13	5,75	5,83	6,88	29,275
Kreatívnak tartom azokat, akik saját maguk elő tudják állítani az általuk fogyasztott termékeket vagy végeznek szolgáltatásokat	4,06	5,78	5,88	6,88	37,634
Azok fogyasztanak saját maguk által előállított termékeket vagy végeznek szolgáltatásokat, akik nem tudják megvásárolni azokat	3,74	3,08	4,04	5,94	11,182
Azok állítják elő saját maguk az általuk fogyasztott termékeket vagy végeznek szolgáltatásokat, akik sok szabadidővel rendelkeznek	3,42	4,20	4,96	5,81	11,720
Akik saját fogyasztásra állítanak elő termékeket vagy végeznek szolgáltatásokat, jellemzően vidéken élnek	3,42	4,20	4,96	5,81	8,634
Rövid távra lakáskiadási attitűdök					
Az internetes platformok segítségével történő rövid távra lakáskiadás jó dolog	3,61	5,50	4,58	6,69	33,533
Az internetes platformok segítségével történő rövid távra lakáskiadás jobb módja a vendéglátásnak, mint a szállodák	4,03	5,58	3,58	6,63	38,093
Az internetes platformok segítségével történő rövid távra lakáskiadás pozitív a társadalom számára	4,35	5,85	4,38	6,81	31,851
Az internetes platformok segítségével történő rövid távra lakáskiadás hasznos tevékenység	3,84	4,93	4,04	6,50	20,992
A rövid távra lakáskiadás biztonságos a lakástulajdonos és a bérlő számára is	3,74	5,53	3,75	6,69	34,036

a) A szignifikanciaszintek nincsenek közvetlenül feltüntetve, mert a p-érték a varianciaelemzés során minden változó esetében kisebb volt 0,001-nél.

Megjegyzés: n = 112; 1: egyáltalán nem ért egyet, 7: teljes mértékben egyetért.

Forrás: saját szerkesztés.

A klaszterek mindkét klaszterképző ismérv minden alapváltozója szerint különböznek egymástól (a varianciaelemzés esetén $p < 0,001$ mindegyik esetében), a 4. táblázatban látható mintázatot követve. Úgy tűnik azonban, hogy néhány állítás nagyobb szerepet játszik a klaszterképzésben (magasabb F-értékek), bár a két klaszterképző ismérv esetében nincs lényeges eltérés e tekintetben (a termelve fogyasztási hozzáálláson belül van néhány kevésbé jelentősnek tűnő alapváltozó). A termelve fogyasztási attitűdök esetén a legjelentősebb megkülönböztető változók a területhez kapcsolódó kreativitás ($F = 37,63$) és az örömezet ($F = 29,28$). A rövid távra lakáskiadáshoz kapcsolódó hozzáállás esetében a leginkább meghatározó változó az internetes platformok iránti nyitottság ($F = 38,10$), valamint a rövid távra lakáskiadáshoz kapcsolódó biztonságérzet ($F = 34,04$), bár ez utóbbi klaszterképző ismérv esetén kevésbé szóródnak az F-értékek.

A kialakított klaszterek nemcsak a klaszterképző ismérvek alapváltozói, hanem a környezeti és a fenntarthatósági változók mentén is különböznek. A lakást kiadók környezetvédelmi és társadalmi attitűdjei alapján történő összehasonlítást a 5. táblázat foglalja össze.

5. táblázat

**A rövid távra lakást kiadók körében kialakított klaszterek jellemzése
a szállásadók környezetvédelmi és társadalmi attitűdjei szerint**

Characterization of clusters formed among short-term housing rental hosts according to hosts' environmental and social attitudes (n = 112; 1: fully disagree, 7: fully agree)

Alapváltozók A hagyományos szálláshelyekhez (szálloda, panzió) képest az internetes platform segítségével rövid távon kiadott lakás	1. Hagyo- mányos lakás- kiadók	2. Lakás- kiadás fókuszú termelve fogyasz- tók	3. Önellá- tók	4. Inno- vatívak	F-érték	p-érték
Környezetvédelmi attitűdök						
...környezetbarátabb megoldás	4,06	5,20	4,46	6,44	10,537	0,001
...elősegíti a fenntartható fejlődést	3,72	5,08	4,71	6,25	12,079	0,001
...kedvező hatással van az öko- szisztémákra	3,81	5,08	4,08	6,13	11,436	0,001
...kedvező az energiafelhasználás szempontjából	3,75	4,90	4,00	6,56	19,017	< 0,001
...segít megőrizni a természeti erőforrásokat	3,72	5,08	4,63	6,19	13,491	< 0,001
Társadalmi attitűdök						
...társadalmi hatásai kedvezőek	3,78	5,43	4,96	6,44	15,647	< 0,001
...segíti a helyi közösségeket	4,50	5,00	4,21	6,25	7,638	0,002
...hozzájárul új kapcsolatok kialakításához	4,59	5,45	4,83	6,69	9,177	0,001
...segíti a hátrányos helyzetű társadalmi csoportokat	4,59	5,45	4,83	6,69	4,973	0,003
...hozzájárul a társadalmi egyenlőtlenségek csökkentéséhez	3,72	4,83	4,42	5,63	5,963	0,003

Megjegyzés: n = 112; 1: egyáltalán nem ért egyet, 7: teljes mértékben egyetért. Forrás: saját szerkesztés.

Az 5. táblázat alapján ismét elmondható, hogy a válaszadók rövid távra lakáskiadáshoz kapcsolódó környezetvédelmi és társadalmi hozzáállása klaszterenként eltérő, az eltérés a környezeti változók közül az energiafelhasználás ($F = 19,02$), a természeti erőforrások megőrzése ($F = 13,49$), míg a társadalmi attitűdök esetében az összességében vett pozitív társadalmi hatás vélelmezése ($F = 15,65$) a legerősebb.

Az „Innovatívak” fenntarthatósági attitűdjei minden változó esetében magasabbak a többi klaszterhez képest, a környezeti változók közül a rövid távra lakáskiadás más szálláshelytípusokhoz viszonyított, vélt kedvezőbb energiafelhasználása mellett az összességében feltételezhető környezetbarátabb jelleg, az új társadalmi kapcsolatok kialakítása (a kiadó és a vendég között), illetve a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok segítése (vélelmezhetően a más szálláshelytípusokhoz képest alacsonyabb árakon keresztül) figyelemre méltó. A „Hagyományos lakáskiadók” környezeti és társadalmi attitűdjei a legalacsonyabbak, míg a „Lakáskiadás fókuszú termelve fogyasztók” és az „Önellátók” rövid távra lakáskiadáshoz kapcsolódó környezeti és társadalmi viszonyulás kismértékben tér el egymástól, bár az előbbieket esetében némiképp magasabbak az átlagértékek. Ez arra utalhat, hogy a pozitív környezeti és társadalmi attitűdök inkább kapcsolódnak a rövid távra lakáskiadási attitűdökhöz, mint a termelve fogyasztásiakhoz.

A 6. táblázat a klasztereket a válaszadók rövid távra lakáskiadáshoz kötődő, fenntarthatósággal összefüggő cselekvési szándéka alapján hasonlítja össze.

6. táblázat

A rövid távra lakást kiadók körében kialakított klaszterek jellemzése a szállásadók fenntarthatósággal összefüggő cselekvési szándéka szerint

Characterization of clusters formed among short-term housing rental hosts based on hosts' sustainability-related intention (n = 112; 1: fully disagree, 7: fully agree)

Alapváltozók	1. Hagyományos lakáskiadók	2. Lakáskiadás fókuszú termelve fogyasztók	3. Önellátók	4. Innovatívak	F-érték ^{a)}
A fenntarthatósággal összefüggő cselekvési szándék – a rövid távra lakáskiadás					
...hatására jobban odafigyelek a környezet védelmére	3,56	5,05	4,42	6,31	12,470
...tudatosabbá tette az energia- és vízfelhasználásomat	3,59	5,13	4,92	6,19	10,518
...nyitottabbá tesz új dolgok kipróbálására	3,50	5,53	4,75	6,56	22,547
... nyitottabbá tesz más emberek irányába	3,63	5,40	4,71	6,63	20,734

a) A szignifikanciaszintek nincsenek közvetlenül feltüntetve, mert a p-érték a varianciaelemzés során egy kivételével minden változó esetében kisebb volt 0,001-nél, míg a „tudatosabbá tette az energia- és vízfelhasználásomat” változónál 0,001 volt.

Megjegyzés: n = 112; 1: egyáltalán nem ért egyet, 7: teljes mértékben egyetért. Forrás: saját szerkesztés.

A táblázat alapján elmondható, hogy az összes vizsgált változó mentén szignifikáns különbség mutatható ki a klaszterek között, és a vizsgált cselekvési szándék minden esetben az „Innovatívok” klaszter esetében volt a legmagasabb, a „Hagyományos lakáskiadók” esetében a legalacsonyabb. A „Lakáskiadás fókuszú termelve fogyasztók esetében” az átlagértékek némiképp magasabbak voltak, mint az „Önellátók” esetében, ez a fenntarthatósági attitűdök vizsgálatához hasonlóan azt jelezheti, hogy a fenntarthatósághoz kötődő cselekvési szándék jobban kapcsolódik a rövid távra lakáskiadási hozzáálláshoz, mint a termelve fogyasztás iránti nyitottsághoz.

A 7. táblázat azt mutatja be, hogyan alakult a lakáskiadáshoz kötődő tényleges környezetvédelmi magatartás a különböző klaszterek esetében.

7. táblázat

**A rövid távra lakást kiadók körében kialakított klaszterek jellemzése
a szállásadók környezetvédelmi magatartása szerint**

Characterization of clusters formed among short-term housing rental hosts based on hosts' pro-environmental behaviour (n = 112; 1: fully disagree, 7: fully agree)

Alapváltozók A hagyományos szálláshelyekhez (szálloda, panzió) képest az internetes platform segítségével rövid távra történő lakáskiadás során	1. Hagyo- mányos lakás- kiadók	2. Lakás- kiadás fókuszú termelve fogyasz- tók	3. Önellá- tók	4. Inno- vatívok	F-érték	p-érték
Környezetvédelmi magatartás						
...figyelembe veszem a környezeti szempontokat	3,63	5,63	4,88	6,19	13,399	0,001
...odafigyelek az energiafelhasználásra	3,66	5,55	4,92	6,50	14,742	< 0,001
...odafigyelek a vízfelhasználásra	3,53	5,55	4,63	6,44	14,692	< 0,001
...odafigyelek a hulladékok megfelelő kezelésére	4,03	6,03	5,21	6,50	14,333	< 0,001
... a fentiekre ösztönzőm a vendégeimet is	3,88	5,53	4,50	6,50	11,702	0,002

Megjegyzés: n = 112; 1: egyáltalán nem ért egyet, 7: teljes mértékben egyetért. Forrás: saját szerkesztés.

A táblázatban bemutatott eredmények alapján elmondható, hogy a különböző klaszterekben a vizsgált alapváltozók mindegyike szignifikánsan eltérő volt. A legmagasabb érték minden esetben az „Innovatívok” klaszterben adódott, ezen belül a legmagasabb átlagértékek az energiafogyasztás, a megfelelő hulladékkezelés és a vendégek környezeti magatartásának ösztönzése esetében voltak megfigyelhetők. A legalacsonyabb értékek minden vizsgált változó esetében a „Hagyományos lakáskiadók” esetében mutatkoztak, míg a „Lakáskiadás fókuszú termelve

fogyasztók” lakáskiadáshoz kapcsolható környezeti magatartása némileg jobb volt, mint az „Önellátók” klaszter esetében megfigyelhető.

A kapott eredmények alapján elmondható, hogy a klaszterképző ismérvek rövid távra lakáskiadás (a termelve fogyasztás és a rövid távra lakáskiadás iránti nyitottság) alapján kialakított klaszterek közül a klaszterképző ismérvek alapján legmagasabb értékeket kapott klaszter (az „Innovatívak”) mindhárom környezetvédelmi, valamint fenntarthatósági területen (az attitűdök, a cselekvési szándék, illetve a tényleges magatartás esetében) a legjobban teljesített, így az adatok alapján támogatjuk a kapcsolódó hipotéziseket. Eszerint:

1. A rövid távra lakáskiadás területén a termelve fogyasztás iránti nyitottság pozitív kapcsolatban áll a lakást kiadók fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdjével.
2. A rövid távra lakáskiadás területén a termelve fogyasztás iránti nyitottság pozitív kapcsolatban áll a lakást kiadók egyéni fenntarthatósággal kapcsolatos szándékaival.
3. A rövid távra lakáskiadás területén a termelve fogyasztás iránt nyitottság pozitív kapcsolatban áll a lakáskiadás során a környezetvédelmi szempontok tényleges érvényesítésével.

4. Az eredmények értelmezése

4.1. Elméleti jellegű következtetések, szakirodalmi reflexió

A tanulmány elméleti újszerűsége abban áll, hogy a termelve fogyasztás (*prosumption*) és a fenntarthatósági attitűdök közötti kapcsolatot kvantitatív módszerekkel vizsgálja egy eddig kevésbé kutatott csoport, a rövid távra lakást kiadó házigazdák körében. A szerzők a termelve fogyasztás fogalmát (*Toffler, 1980; Ritter-Jurgenson, 2010*) továbbgondolják a megosztáson alapuló gazdaság és a fenntarthatóságra fókuszáló magatartás kontextusában. A két terület viszonyát nemcsak koncepcionálisan, hanem empirikusan is vizsgálják (*Schor, 2016; Hamari et al., 2016*), magyarországi kontextusban, ami a területen újszerű megközelítés.

A vizsgálat hozzáadott értéke, hogy egyszerre mér általános és lakáskiadás-specifikus termelve fogyasztási hozzáállást, és ezeket klaszteranalízis segítségével kapcsolja össze környezeti és társadalmi attitűdökkel, cselekvési szándékokkal, valamint tényleges viselkedéssel. Ez a megközelítés szintén újszerű a szakirodalomban, mivel a legtöbb eddigi vizsgálat nem mutatott túl a hozzáállás-szintű

elemzésen (Perera et al., 2018; Gierszewska–Seretny, 2019). A tényleges magatartás bevonása – pl. a hulladékkezelésre, energia- és vízhasználatra vonatkozó válaszok alapján – értékes empirikus adalékokkal szolgál elméleti szempontból is, ami hozzájárulhat a rövid távra lakást kiadók mint mikrovállalkozók fenntarthatósági lábnyomának csökkentéséhez (Harangozó et al., 2016).

Egy másik elméleti újdonság, hogy a tanulmány a rövid távra lakást kiadók kapcsán nemcsak a környezeti, hanem a társadalmi dimenzióra is figyelmet fordít. A rövid távra lakáskiadási szolgáltatásokat gyakran vizsgálják gazdasági és városfejlesztési szempontból (pl. Garcia-Ayllon, 2018; Hall et al., 2022), de ritkábban értékelik azokat társadalmi szempontból. A szerzők ezzel tágabb keretbe helyezik a fenntarthatóságot („három pillér” megközelítés), és ezáltal hozzájárulnak egy holisztikusabb értelmezéshez.

A vizsgálat módszertani szempontból is reflektál a nemzetközi szakirodalomra: a változók mérése során alapul veszik a korábbi vonatkozó szakirodalmat (pl. Khademi-Vidra–Bujdosó, 2020, Deltomme et al., 2023) magyarországi kontextusba adaptálva.

4.2. Gyakorlati következtetések

Az eredmények alapján több gyakorlati relevanciájú következtetés, javaslat is megfogalmazható. A szabályozáshoz kapcsolódóan felvethető, hogy a szakpolitikai döntéshozók célzott támogatási és ösztönző programokat (pl. energiahatékony megoldások támogatása, fenntarthatósági tanúsítványok) dolgozzanak ki és alkalmazzanak specifikusan a rövid távra lakáskiadáshoz kapcsolódóan is. Ez különösen a „Lakáskiadás fókuszú termelve fogyasztók” és az „Innovatívak” klaszterben lehet eredményes, ahol magasabb környezeti attitűdők és tényleges magatartás mutatkoztak. Más, alacsonyabb környezeti attitűdőkkel jellemezhető klaszterekbe tartozó lakást kiadók (pl. a „Hagyományos lakáskiadók”) esetében a hagyományos információs kampányok vagy „nudge” alapú eszközök (pl. a lakást kiadó platformokon belüli kiemelés a fenntarthatósági szempontból előremutató gyakorlatok vállalása esetén) hatékonyabbak lehetnek, mint a kötelező előírások.

Az is felvethető, hogy a jövőben a lakást kiadó platformok fejlesztése során a fenntarthatósági szempontokat is hangsúlyosabban érdemes figyelembe venni. A rövid távra lakáskiadási felületek (pl. az Airbnb) üzemeltetői számára fontos lehet, hogy a lakást kiadók fenntarthatóság iránti elkötelezettsége szegmentálható, így a „zöld vendéglátók” jobban, célzottan ösztönözhetők. Bár a tanulmány a szálláskiadókra fókuszált, az itt megfogalmazott javaslatot természetesen jól kiegészíthetik a vendégek környezeti és társadalmi preferenciáit figyelembe vevő keresési és szűrési funkciók (pl. „eco-host” címke) is.

A kutatási eredmények arra is rámutatnak, hogy a környezeti magatartás nemcsak hozzáállás, hanem tudás és motiváció kérdése is. A „nem innovatív” klaszterek esetében képzések, információs kampányok és jó gyakorlatok megosztása segítheti a magatartás pozitív irányú alakítását. Az eredményekből az is következik, hogy a vendégek fenntarthatósági szempontú edukálása is fontos: a házigazdák képesek pozitívan befolyásolni vendégeik környezeti viselkedését, ami összecseng Ranson és Guttentag megállapításaival (*Ranson–Guttentag, 2019*).

Az eredmények alapján az is felvethető, hogy a rövid távra lakáskiadás fenntarthatósági vonatkozásainak javításában a helyi önkormányzatoknak is pozitív szerepe lehet. A tevékenység földrajzi koncentrációja alapján különösen Budapesten és a megyei jogú városokban célzott partnerségekkel alakítható ki a szereplők között a helyi fenntarthatósági célok elérése (pl. a hulladékmegelőzés és -kezelés vagy az energiatakarékos berendezések használata területén).

4.3. A kutatás korlátjai

Ahogy a módszertan bemutatásánál jeleztük, a minta esetében nehezen értelmezhető a reprezentativitás a teljes rövid távra lakáskiadási piacra, a klaszteralkotás csupán a kérdőívre válaszoló 112 lakást kiadó alapján történt. Ezért az eredmények általánosíthatósága korlátozott. Ugyanakkor (mivel a hazai rövid távra lakáskiadási piacról nem érhetők el részletes megoszlási adatok) az eredmények mégis érdekesek lehetnek a vizsgált terület vonatkozásában.

Az önbevalláson alapuló adatok a hasonló módszertan szerinti kutatásokhoz kapcsolódóan torzulhatnak a társadalmilag kívánatosnak vélt válaszadás irányába (különösen a fenntarthatósági magatartásra és szándékokra vonatkozó válaszok esetében). A vizsgálat keresztmetszeti jellege miatt oksági viszonyok nem állapíthatók meg: nem tudjuk, hogy a pozitív környezeti attitűd vezet-e a lakáskiadás területén a termelve fogyasztási gyakorlatok elfogadásához, vagy fordítva.

A klaszterképzés aggregált változók alapján történt, így finomabb hozzáállásbeli eltérések nem kerültek feltárára. A mintán belül nincsenek kontrollálva a földrajzi, a jövedelmi vagy az ingatlantípusra vonatkozó különbségek, amelyek szintén hatással lehetnek a környezeti magatartásra.

5. Összegzés

A tanulmány azt vizsgálja, hogy a rövid távra lakáskiadással foglalkozó, magyarországi ingatlantulajdonosok körében hogyan függ össze a termelve fogyasztás iránti nyitottság a fenntarthatósági attitűdökkel, szándékokkal és tényleges magatartással. A szerzők kérdőíves kutatás alapján 112 válaszadó adatait elemezték klaszteranalízissel. Az eredmények alapján négy klasztert azonosítottak: 1) „Innovatívok” (magas termelve fogyasztó és rövid távra lakáskiadás iránti attitűd, valamint kiemelkedő fenntarthatósági hozzáállás, szándékok és magatartás); 2) „Önellátók” (magas termelve fogyasztási, de alacsonyabb rövid távra lakáskiadási attitűd; közepes fenntarthatósági mutatók); 3) „Lakáskiadás fókuszú termelve fogyasztók” (magas rövid távra lakáskiadás iránti nyitottság, közepes termelve fogyasztási attitűd; a fenntarthatósági mutatók valamivel jobbakként, mint az „Önellátóknál”); 4) „Hagyományos lakáskiadók” (alacsony mindkét általános hozzáállásbeli nyitottság, valamint alacsony fenntarthatósági teljesítmény).

Az eredmények alátámasztották a szakirodalom alapján megfogalmazott három hipotézist: a termelve fogyasztáshoz és a rövid távra lakáskiadáshoz való pozitív viszony összefügg a fenntarthatóság iránti pozitív viszonyulással, a cselekvési szándékkal és a konkrét környezeti magatartással. A kutatás hozzájárul a megosztáson alapuló gazdaság és a fenntarthatóság kapcsolatának mélyebb megértéséhez, és értékes gyakorlati következtetéseket kínál a döntéshozók és a platformszolgáltatók számára.

A kutatás eredményei alapján további kutatási kérdések fogalmazhatók meg, amelyek jövőbeli kutatások alapjául szolgálhatnak. Ilyen az oksági kapcsolatok vizsgálata, pl. hogyan hat a termelve fogyasztás gyakorlatának időtartama vagy intenzitása a környezeti magatartásra. Ezt longitudinális vizsgálatokkal (esetleg kiegészítve kvalitatív technikákkal) lehetne megválaszolni. További érdekes kérdés, hogyan hat a vendégek környezettudatossága a házigazdák gyakorlatára (pl. az ilyen területekre vonatkozó visszajelzéseken keresztül).

További érdekes kérdés, hogyan befolyásolják különböző társadalmi vagy demográfiai változók vagy éppen a regionális különbségek a rövid távra lakást kiadók fenntarthatósági hozzáállását és magatartását. Végül, de nem utolsósorban érdekes kutatási terület lehet, hogy milyen hatással van a fenntarthatósági tudatformálásra, edukációra a házigazdák ilyen jellegű gyakorlatára.

Köszönetnyilvánítás

A kutatás a(z) 138661. számú OTKA-projekt keretében a Kulturális és Innovációs Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a K 2021/1 pályázati program finanszírozásában valósult meg. Zilahy Gyula munkáját a NKFIH 2021/1 OTKA K-138661 projekt támogatta.

Irodalom

- Bajmócy Z. – Málovics Gy. (2011): Az ökológiai hatékonyságot növelő innovációk hatása a fenntarthatóságra. *Közgazdasági Szemle*, 58(10), 890–904.
- Belot, C. – Kerrigan, D. – Wachsmuth, D. (2024): The motivations and practices of commercial short-term rental operators in the short-term/long-term “regulatory gap”. *Urban Research and Practice* (Preprint). <https://doi.org/10.1080/17535069.2024.2382248>
- Blättel-Mink, B. (2014): Active Consumership as a Driver towards Sustainability? *GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society*, 23, 158–165. <https://doi.org/10.14512/gaia.23.S1.3>.
- Botsman, R. – Rogers, R. (2010): Beyond zipcar: Collaborative consumption. *Harvard business review*, 88(10), 30. <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption>
- Brambati, F. – Brambati, F. – Ruscio, D. – Biassoni, F. – Huetting, R. – Tedeschi, A. (2022): Predicting acceptance and adoption of renewable energy community solutions: the prosumer psychology. *Open Research Europe*, 2, 115. <https://doi.org/10.12688/openreseurope.14950.1>
- Bremser, K. – Wüst, K. (2021): Money or love – Why do people share properties on Airbnb? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 23–31. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.05.009>
- Caldicott, R.W. – von der Heidt, T. – Scherrer, P. – Muschter, S. – Canosa, A. (2020): Airbnb – exploring triple bottom line impacts on community. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(2), 205–223. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2019-0134>
- Cheng, M. – Zhang, G. – Wong, I.A. (2020): Spanning across the boundary of Airbnb host community: a network perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102541. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102541>
- Chung, J. – Johar, G. V. – Li, Y. – Netzer, O. – Pearson, M. (2022): Mining Consumer Minds: Downstream Consequences of Host Motivations for Home-Sharing Platforms. *Journal of Consumer Research*, 48(5), 817–838. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucab034>
- Curtis, S. K. – Lehner, M. (2019): Defining the Sharing Economy for Sustainability. *Sustainability*, 11(3), 567. <https://doi.org/10.3390/su11030567>
- Csákné Filep, J. – Radácsi, L. – Szennay, Á. (2023): Comparing the innovation and export performance of Hungarian family and non-family enterprises: experiences drawn from empirical surveys. *Administrative Sciences*, 13(6), 146. <https://doi.org/10.3390/admsci13060146>
- Csutora, M. – Harangozó, G. – Szigeti, C. (2022): Sustainable business models – Crisis and rebound based on hungarian research experience. *Resources*, 11(12), 107. <https://doi.org/10.3390/resources11120107>
- Csutora, M. – Harangozó, G. – Szigeti, C. (2022): Factors behind the consumer acceptance of sustainable business models in pandemic times. *Sustainability*, 14(15), 9450. <https://doi.org/10.3390/resources11120107>
- Deltomme, B. – Gorissen, K. – Weijters, B. (2023): Measuring Pro-Environmental Behavior: Convergent Validity, Internal Consistency, and Respondent Experience of Existing Instruments. *Sustainability*, 15(19), 14484. <https://doi.org/10.3390/su151914484>
- Fudurich, G. – MacKay, K. (2020): Greening the guest bedroom: Exploring hosts’ perspectives on environmental certification for Airbnb. *Tourism and Hospitality Research*, 20(4), 423–434. <https://doi.org/10.1177/1467358420911987>
- Garai-Fodor, M. – Varga, J. – Csiszárík-Kocsir, Á. (2022): Generation-specific perceptions of financial literacy and digital solutions. In: *2022 IEEE 20th Jubilee World Symposium on Applied Machine Intelligence and Informatics (SAMI)*, pp. 193–200.

- Garcia-Ayllon, S. (2018): Urban Transformations as an Indicator of Unsustainability in the P2P Mass Tourism Phenomenon: The Airbnb Case in Spain through Three Case Studies. *Sustainability*, 10(8), 2933. <https://doi.org/10.3390/su10082933>
- Gierszewska, G. – Seretny, M. (2019): Sustainable behaviour—the need of change in consumer and business attitudes and behaviour. *Foundations of Management*, 11(1), 197–208. <https://doi.org/10.2478/fman-2019-0017>
- Gossen, M. – Pentzien, J. – Peuckert, J. (2019): What use is it really for sustainability? Potentials and impacts of peer-to-peer sharing in the domains of accommodation and mobility. *Nachhaltigkeits Management Forum/Sustainability Management Forum*, 27(2), 125–138. <https://doi.org/10.1007/s00550-019-00488-8>
- Gurran, N. – Phibbs, P. (2017): When Tourists Move In: How Should Urban Planners Respond to Airbnb? *Journal of the American Planning Association*, 83(1), 80–92. <https://doi.org/10.1080/01944363.2016.1249011>
- Hall, C. M. – Prayag, G. – Safonov, A. – Coles, T. – Gössling, S. – Naderi Koupaei, S. (2022): Airbnb and the sharing economy. *Current Issues in Tourism*, 25(19), 3057–3067. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2122418>
- 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>
- Harangozó G. – Széchy A. – Zilahy Gy. (2016): A fenntarthatósági lábnyom-megközelítések szerepe a vállalatok fenntarthatósági szempontú teljesítményértékelésében. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 47(7), 2–13. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2016.07.01>
- He, J. – Mai, T. H. T. (2021): The Circular Economy: A Study on the Use of Airbnb for Sustainable Coastal Development in the Vietnam Mekong Delta. *Sustainability*, 13(13), 7493. <https://doi.org/10.3390/su13137493>
- Hitchens, D. – Thankappan, S. – Trainor, M. – Clausen, J. – De Marchi, B. (2005): Environmental performance, competitiveness and management of small businesses in Europe. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 96(5), 541–557. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.2005.00485.x>
- Huang, S.L. – Kuo, S. Y. (2020): Understanding why people share in the sharing economy. *Online Information Review*, 44(4), 805–825. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2017-0073>
- Humphreys, A. – Grayson, K. (2008): The intersecting roles of consumer and producer: A critical perspective on co-production, co-creation and prosumption. *Sociology compass*, 2(3), 963–980. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00112.x>
- Jaakkola, E. – Alexander, M. (2015): *Customer engagement behaviours and value co-creation in Customer engagement*. Routledge, pp. 3–20. <https://doi.org/10.1177/1094670514529187>
- Karlsson, L. – Dolnicar, S. (2016): Someone’s been sleeping in my bed. *Annals of Tourism Research*, 58, 159–162. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.006>
- Khademi-Vidra, A. – Bujdosó, Z. (2020): Motivations and Attitudes: An Empirical Study on DIY (Do-It-Yourself) Consumers in Hungary. *Sustainability*, 12(2), 517. <https://doi.org/10.3390/su12020517>
- Központi Statisztikai Hivatal [KSH] (2024): *A települések száma és népessége jogállás szerint*. https://www.ksh.hu/stadat_files/fol/hu/fol0007.html (letöltve: 2025. május)
- Martín Martín, J. M. – Rodríguez Martín, J. A. – Zermeno Mejía, K. A. – Salinas Fernández, J. A. (2018): Effects of Vacation Rental Websites on the Concentration of Tourists – Potential Environmental Impacts. An Application to the Balearic Islands in Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(2), 347. <https://doi.org/10.3390/ijerph15020347>

- Midgett, C. – Bendickson, J. S. – Muldoon, J. – Solomon, S. J. (2017): The sharing economy and sustainability: A case for AirBnB. *Small Business Institute Journal*, 13(2), 51–71.
- Navarro-Mendoza, Y. P. – Esparza-Huamanchumo, R. M. – Hernández-Rojas, R. D. (2023): Intrinsic Motivations of Airbnb Hosts from the Perspective of Millennial Guests in Lima – Peru. *TEM Journal*, 12(3), 1762–1771. <https://doi.org/10.18421/TEM123-59>
- Prinsloo, A. S. – Fitchett, J. M. (2023): A nexus between airbnb and inequalities in water use and access. *Environmental Development*, 47, 100879. <https://doi.org/10.1016/j.envdev.2023.100879>
- Ranson, P. – Guttentag, D. (2019): Please tidy up before leaving: nudging Airbnb guests toward altruistic behaviour. *International journal of culture, tourism and hospitality research*, 13(4), 524–530. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2019-0101>
- Ritzer, G. – Dean, P. – Jurgenson, N. (2012): The Coming of Age of the Prosumer. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 379–398. <https://doi.org/10.1177/0002764211429368>
- Ritzer, G. – Jurgenson, N. (2010): Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital “Prosumer”. *Journal of Consumer Culture*, 10, 13–36. <http://dx.doi.org/10.1177/1469540509354673>
- Ritzlné Kazimir I. – Máténé Bella K. (2020): A gazdasági és a szabályozási környezet változásának hatása az áfaelkerülés 2006 és 2016 közötti alakulására Magyarországon. *Statistikai Szemle*, 98(2), 107–132. <https://doi.org/10.20311/stat2020.2.hu0107>
- Rossmannek, O. – Chen, M. (2023): Why people use the sharing economy: A meta-analysis. *Journal of Cleaner Production*, 387, 135824. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135824>
- Schor, J. (2016): Debating the sharing economy. *Journal of self-governance and management economics*, 4(3), 7–22.
- Soltész P. – Zilahy Gy. (2019): A megosztáson alapuló gazdaság környezeti és társadalmi hatásai. *Magyar Tudomány*, 180(12), 1857–1866. <https://doi.org/10.1556/2065.180.2019.12.11>
- Szabó K. (2017): Intézményi vállalkozások: Intézményi újítások – létező intézmények kombinációjával. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 48(3), 2–14. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.03.01>
- Tajeddini, K. – Rasoolimanesh, S.M. – Gamage, T.C. – Martin, E. (2021): Exploring the visitors’ decision-making process for Airbnb and hotel accommodations using value-attitude-behaviour and theory of planned behaviour. *International Journal of Hospitality Management*, 96, 102950. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102950>
- Toffler, A. (1980): The Third Wave. *Bantam Books*, New York.
- Tóth Á. – Szigeti C. (2019): Example of a German free-float car-sharing company expansion in East-Central Europe. *Resources*, 8(4), 172. <https://doi.org/10.3390/resources8040172>
- Xie, J. – Gjerald, O. (2022): Airbnb guests’ pro-environmental behaviour and community resilience: mitigating the negative impacts of Airbnb tourism. In: *Peer-to-peer accommodation and community resilience: implications for sustainable development*. Wallingford: CABI, pp. 68–80. <https://doi.org/10.1079/9781789246605.0006>
- Zhang, T. – Bufquin, D. – Lu, C. (2019): A qualitative investigation of microentrepreneurship in the sharing economy, *International Journal of Hospitality Management*, 79, 148–157. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.01.010>