

# Coliving – mcdisneyfikáció a turizmusban

## Coliving – mcdisneyzation in tourism

Szerzők: Bencze Máté<sup>1</sup> – Gyurákovics Bernadett<sup>2</sup>

Az átalakulóban lévő foglalkoztatási struktúrák, megoldások, az egyre bővülő lehetőségek hatással vannak a munkavégzés módjára, térbeli és időbeli megszervezésére. A munkavégzés helye rugalmasabbá vált, és a technológiai fejlődésnek köszönhetően szélesedik az a réteg, akik megválaszthatják, hogy hol töltik munkaidejüket. Jelen tanulmány bemutatja, hogy a távmunkában dolgozó munkavállalók milyen feltételek mellett próbálnának ki egy olyan szolgáltatást, ahol a munkahelyüket egy turisztikai desztinációban, közösségi térben tölthetnék el. Az eredményeink útmutatóként szolgálhatnak szállodatulajdonosok, -üzemeltetők számára, azzal, hogy irányt szabnak, hogyan bővíthetik a szolgáltatásaik körét és javíthatják a minőségét. A megváltozott körülményekhez és igényekhez alkalmazkodva újfajta megoldást kínál a munkavállalók számára a munka–magánélet egyensúly problémáikjának kezelésére.

The transforming employment structures and solutions, increasing opportunities, have an affect on the way of working, its spatial and temporal organization. The place of work is becoming more flexible, and due to technological development, the number of people who can choose where they have they spend their working hours is growing. The purpose of this study is to demonstrate the conditions under which telecommuting employees try out a service where hybrid work is performed in a tourist destination in a community space. Our results can serve as a guide for hotel owners and operators, indicating the direction on how to expand their services and improve their quality. For employees it offers a new kind of solution to dealing with the work–life balance problem, adapting to the circumstances and needs.

**Kulcsszavak:** coliving, munka–magánélet egyensúly, mcdisneyfikáció, posztmodern turizmus.

**Keywords:** coliving, mcdisneyzation, postmodern tourism, work-life balance.

### 1. Bevezetés

A Covid19-pandémia előtt a hagyományos munkaminta az egy kijelölt helyen történő munkavégzés volt (VYAS 2022). A világjárvány a távmunka váratlan katalizátorává vált, és globális szinten a munkavégzés átgondolására kényszerítette a munkáltatókat a kijelölt munkahelyi elhelyezkedés és a munkahelyi gyakorlat tekintetében (ANCILLO et al. 2020, RATTEN 2020, SAVIC 2020, KNIFFIN et al. 2021). 2022-ben a McKinsey & Company<sup>3</sup> 25 000 munkavállalót kérdezett meg különféle iparágak-

ban a távmunka tapasztalatairól. A tanulmány szerint a rugalmas munkakörnyezet a harmadik ok, amiért az emberek új állást keresnek. A távmunka olyan kiemelt prioritást élvez a munkavállalók számára, hogy a válaszadók 87 százaléka úgy nyilatkozott, hogy ha felkínálják a távmunka lehetőségét, akkor élni fog vele (McKINSEY & COMPANY 2022). Az Egyesült Államokban 2023 elejére a teljes fizetett munkanapok körülbelül 30%-ában otthon dolgoznak a munkavállalók, hibrid rendszerben (BARRERO et al. 2023). Hibrid munkavégzés esetében jellemzően heti 2-3 napot otthon, a többi napon az irodában van a munkavállaló. A hibrid munkavégzéssel az otthoni tér kialakítása és a munkakörnyezet terének átalakítása mellett az is fontos kérdés, hogy a megváltozott lehetőségekkel mihez kezd a munkavállaló. Hogyan töltheti el hatékonyan hibrid munkanapjait? Jelen tanulmány a

<sup>1</sup> PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, mate.bencze3@stud.uni-corvinus.hu

<sup>2</sup> PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, bernadett.gyurakovics@stud.uni-corvinus.hu

<sup>3</sup> Globális vezetési tanácsadó cég

munka-magánélet és a szabadidő kérdéskörének, a posztmodern turizmus elméletének és a pandémiát követő turisztikai trendeknek a bemutatása után azt vizsgálja, hogy az otthonról dolgozó alkalmazottak milyen feltételek mellett próbálnák ki hibrid munkahatüket egy turisztikai desztinációban található közösségi térben töltve. A kutatás kapcsolódik a Turizmus Bulletinben korábban megjelent tanulmányhoz (PÉCSEK 2019), ahol a szerző elsősorban a szabadság alatti munkavégzést vizsgálta. Jelen kutatás egyrészt továbbgondolja a turisztikai környezetben való munkavégzést, azzal a lényeges különbséggel, hogy a munkavállalóknak nem kell szabadságot kivenniük, másrészt az azóta megjelent kutatásokkal egészíti ki az akkori tanulmányt.

## 2. Szakirodalmi áttekintés, elméleti háttér

FOUCAULT (1999) szerint az életünket még mindig olyan ellentétpárok vezérik, amelyek érintetetlenek, amelyek kikezdéséhez az intézményi és a gyakorlati élet nem volt elég vakmerő. Ezek az egyszer és mindenkorra adottnak gondolt ellentétpárok, a privát és a nyilvános, a családi és a társadalmi, a kulturális és a hasznalapú tér, a pihenés és a munka terének szembeállításai. FEHÉR (2016) szerint a jelenkor munkavállalójának egyik legnagyobb kihívása a munka és a szabadidő szétválasztása. GREENHAUS és szerzőtársai (2003) a munka és a magánélet egyensúlya felől közelítik meg a kérdést. Úgy értelmezték az egyensúlyt, mint az idő, az energia, valamint a munka és a nem munkahelyi szerepek iránti elkötelezettség egyenlő eloszlását. REITER (2007) a *situacionista* megközelítést alkalmazta, ahol az egyensúly az egyén körülményeitől függ. Ez a nézőpont az egyéni értelmezéseknek tulajdonít értéket. Szubjektivistá álláspontot képviselve KALLIATH és BROUGH (2008) is amellet érvel, hogy az egyéni percepciókra kell figyelmet fordítani, ahol az, hogy egy személy milyen mértékben rendelkezik a kielégítő munka-magánélet egyensúllal attól függ, hogyan érzékeli a helyzetét. Az emberek cselekvéseiket mindig sajátos helyekhez kapcsolják, azaz szituálják. Ezeknek a helyeknek a tulajdonságai az emberi tevékenységek és élmény megértésének a lényegi összetevőit jelentik (CANTER 1986). Az ember oldaláról számos tudatos és nem tudatos érzéklet, észlelet, biológiai és mentális állapot, tapasztalat, érzelm, motiváció, társas norma határozza meg ezt a térben elfoglalt helyet. Az ember térben működik, a terek pedig egyéni és társas emberi megnyilvánulások színterei, azaz olyan helyek, amelyek egyszerre fizikai

és társas – vagyis szociofizikai (PROSHANSKY et al. 1970) – természetűek. Embernek lenni azt jelenti, hogy egy fontos helyekkel teli világban élünk (RELPH 1976). OLDENBURG (1989) szerint az otthonunk („első hely”) és a munkahelyünk („második hely”) között, avagy ezeken túl, létezik egy „harmadik hely”, mint mindezeketől független közösségi tér.

### 2.1. A TURIZMUS TRENDJEI A MUNKA-SZABADIDŐ VONATKOZÁSÁBAN

A posztmodern turizmus narratívája szerint a szabadidős tevékenységek összerosódnak a nem szabadidős tevékenységekkel, és a kikapcsolódás mellett az egyéb motivációk is azonos súllyal esnek latba (ÁRVA-SIPOS 2011). A napjaink turizmusát befolyásoló nemzetközi és hazai trendek kapcsán a fogyasztó, azaz a turista magatartásának változása és annak új tendenciái töltnek be egyre meghatározóbb szerepet az idegenforgalom formálódásában, átalakulásában (AUBERT et al. 2017, GONDA 2017, KOCK et al. 2018). A posztmodern turista jól tájékozott, nem fogadja el a többiek véleményét és a számára felkínált történeteket, illetve tömegtermékeket. Maga akarja összeállítani az útitervét, és aktívan részt kíván venni a programokban (ÁRVA-SIPOS 2011).

#### 2.1.1. Bleisure, workcation, staycation, coworkation

A Covid19-pandémia következtében fellépő változások a munkatevékenység és a szabadidő eltöltésének módjára is hatást gyakoroltak. Az alábbiakban ezek a formálódó, új utazási tendenciák kerülnek bemutatásra. Az üzleti utazásokkal kapcsolatban a korábbi tanulmányok azt mutatták, hogy az üzleti utazók elsősorban munkához kötődő élményként fogták fel utazásaikat, és a turizmussal kapcsolatos elfoglaltságokat az utazásuk melléktermékének tekintették (GUSTAFSON 2014, UNGER et al. 2016). A legújabb kutatások a *bleisure* kifejezést használják az olyan utazási élményekre, amelyek az üzletet a szabadidővel kombinálják, azt sugallva, hogy a kikapcsolódás már az üzleti út fontos elemeként jelenik meg (LICHY-McLEAY 2018, JASROTIA et al. 2021). A következő kifejezés a vegyes típusnak tekinthető *workcation*, azaz a nyaralás alatti munkavégzés (PÉCSEK 2019), amely során a turista szabadidős vagy kettős (üzleti és szabadidős) motivációval indul útnak, és a modern technikának köszönhetően az otthonától távol munkavégzést és szabadidős tevékenységet egyaránt folytat. A kutatás szempontjából fontos megemlíteni a *staycation* jelenséget is, amikor az utazók nem hagyják el az

otthonukat a nyaralás során, hanem egynapos utakat tesznek helyi turisztikai attrakciókhoz, vagy helyben vesznek részt szabadidős tevékenységekben (ZÁTORI et al. 2019). Turizmuselméleti szempontból a *staycation* újdonság ereje abból fakad, hogy felteszi a kérdést: a turisztikai élmény megszerzéséhez és átéléséhez szükséges-e a fizikai eltávolodás vagy elég az agy turisztikai üzemmódba való átállítása (PÉCSEK 2019). Speciálisabb jelenség a *coworkation* (MITEV et al. 2021), amikor inspiráló, természetes környezetbe, turisztikai attrakcióhoz utaznak el – elsősorban – digitális nomádok. REICHENBERGER (2018) meghatározása alapján ők olyan fiatal szakemberek, akik kizárólag online környezetben dolgoznak, miközben helyfüggetlen és gyakran utazásfüggő életmódot folytatnak, ahol a munka, a szabadidő és az utazás közötti határok elmosódnak. NASH és szerzőtársai (2021) szerint ők a térbeli mobilitás szélsőséges formáival és nem létező vagy laza szervezeti kötődésekkel rendelkeznek. Szükséges definiálni a *coworkinget* és ezzel együtt a *coworking space*-t is, amely a megosztáson alapuló gazdaság (*sharing economy*) modelljére épülő (OREL 2019, BERGAN et al. 2020) olyan közösségi tereket jelent, ahol a különféle tudással rendelkező szakemberek, többnyire szabadúszók, dolgoznak (GANDINI 2015), akik munkaállomást bérelnak. SPINUZZI (2012) szerint az üzleti siker a térben dolgozók együttműködése révén valósul meg, akik az interakcióik során kiegészítik egymás tudását, képességeit. A felhasználók egymás közötti interakciójához elengedhetetlen, hogy legyen közösségi menedzser a térben. A közösségi menedzser az adminisztratív feladatok ellátása mellett olyan programokat, eseményeket szervez, amelyek lehetőséget teremtenek a kapcsolatteremtésre, és a közösségi érzés megélésére (WANG et al. 2019).

### 2.1.2. Coliving

A *coworkation* helyszínének tekintetében a *coliving* közösségi terek a legjelentősebbek. Ez a hosszútávú szállásadás közösségi szemléletű megközelítése, ahol a közös munkaterület mellett speciálisan kialakított apartmanok vannak, így a helyfüggetlen munkavállalók nemcsak együtt dolgoznak, hanem együtt is élnek.

Megkülönböztethetők turisztikai és lakhatási célból kialakított *coliving* közösségi terek. Mindkét esetben az együttélés élményéről beszélhetünk, azonban a lakhatási célból kialakított *coliving* központjai általában a nagyvárosok vagy az ipari agglomerátumok környékén épült, főként inkubátorházként funkcionáló épületek (MERKEL 2015), míg a turisztikai *coliving* esetében turisztikai desztinációkban található a közösségi tér, ahol

az élmény, a látványosság felülírhatja a gazdasági kapcsolat teremtésére való törekvést. További jellemzője, hogy az együttlét rövidebb, mint a gazdasági szempontú együttélés (amelyet akár hosszabb távú letelepedés is követhet). A német *Coconat Space* Bad Belzigben található, 90 km-re Berlintől. Változatos ajánlatokat kínál a kettős motivációjú turistáknak: egyéni és csoportos ajánlatai egy napra, egy hétre, illetve egy hónapra szólnak, melyben teljes ellátás, a közös terek használata, sport, spa és egyéb aktív programok is benne foglaltatnak (PÉCSEK 2019). A Balin található *Hubud coliving* rafting túrákat vagy látogatást szervez a helyi piacra, múzeumokba, és esténként a helyiek rituális táncelőadással szórakoztatják az érdeklődőket (WIRANATHA et al. 2020).

### 2.2. MCDISNEYFIKÁCIÓ A TURIZMUSBAN

RITZER (1995) McDonaldizáció néven foglalta össze a futószalagszerű termelés módszereit – hatékonyság, kalkulálhatóság, előreláthatóság, gépi technikák uralma az ember felett – amelyek a turizmusban is jelentős szerepet töltenek be, hiszen a nagyszámú, alapvetően hasonló igényű turistát a McDonaldizáció módszereit alkalmazva lehet azonos színvonalon és viszonylag alacsony költségigény mellett kiszolgálni. A McDonaldizáció a turizmus területén létrehozta a tömegtermékeket, az elérhető áron kínált uniformizált termékeket, amelyek a XX. század végén a turizmusipar gerincét alkották (ÁRVA-SIPOS 2011). Ezzel szemben jelent meg a *disneyfikáció*, ami ROOST (2000) és BRYMAN (2004) meghatározása szerint egy adott tér olyan átalakítását jelenti, ahol a fantázia, a mese, az elképzelés játszik szerepet a valósággal szemben. ZUKIN (1995) szerint a fogyasztás ösztönzése mellett az élményteremtés a *disneyfikáció* szerepe. RITZER (1995) megalkotta a *mcdisneyfikáció* fogalmát is, ami a két jelenség ötvözete, a hatékonyság elvének alkalmazása a posztmodern szolgáltatás gazdaságban. TAVAREZ (2020) szerint a *mcdisneyfikáció* az idegenforgalmi ágazat szabványosítása, ami nem hagy teret hibának, meglepetésnek. A perui Colca-völgyben végzett vizsgálatában arra jutott, hogy bár a turisták azért utaznak oda, hogy hiteles élményeket szerezzenek, valójában továbbra is a nyugati társadalom kényelmét akarják. EDENSOR (2012) megállapította, hogy a közös élmények és a fogyasztás révén erősödik a turisták összetartozás élménye. Továbbá a más-ság, a kultúrák bemutatása olyan előadásokon keresztül történik, amelyek kellemes izgalmat teremtenek, stimulálják, ugyanakkor nem bizonytalanítják vagy idegenítik el a fogyasztót. A posztmodern fogyasztó az egyedit keresi, de valójában

ő is tömegfogyasztó, aki élvezni akarja a hatékony tömegtermelés előnyeit (ÁRVA-SIPOS 2011). A *bleisure*, a *workcation*, a *staycation* és a *coworkation* utazói megfelelnek a posztmodern turista leírásának, a közösségi terek kialakítása és a digitális nomádoknak nyújtott turisztikai szolgáltatások pedig a *mcdisneyfikáció* hatásait mutatják.

### 3. Módszertan

A digitális nomádok utazási szokásairól korábban már számtalan kutatás készült (VON ZUMBUSCH-LALICIC 2020, CHEVTAEVA 2021, CHEVTAEVA-GUILLET 2021). Jelen tanulmányban a távmunkában dolgozó alkalmazottak preferenciáira fókuszáltunk. A kutatási alanyok toborzása közösségi médián keresztül, valamint ismerősi körben zajlott. Olyan aktív munkavállalókat kerestünk, akiknek kihívást jelent a munka-magánélet egyensúlyának megteremtése az otthoni munkakörnyezetben, és olyanokat, akik számára előnyös ez a munkavégzési forma. A válaszadók mintája felülreprezentált a budapesti, X és Y generációs, felsőfokú végzettséggel, fejlett digitális képességekkel rendelkező, távmunkára alkalmas munkát végzők körében. A *colivinggel* a megkérdezettek még nem találkoztak. A kiválasz-

tott alanyok (1. táblázat) 2021 márciusában online fókuszcsoporthoz beszélgetésen vettek részt.

A fókuszcsoporthoz alkalmazásával reprodukálható egy közösség, ezáltal lehetővé válik kulturális értékek és normák vizsgálata (KITZINGER 1995), ami segíti egy-egy jelenség, közösségi működés, egyéni vélemény mélyebb megértését. A szakirodalom az online fókuszcsoporthoz módszertan előnyeként az internet és a telekommunikációs eszközök elterjedtségét, rugalmasságát és költséghatékony-ságát sorolja fel (DEAKIN-WAKEFIELD 2014, BRAUN et al. 2017). A résztvevők kényelmesen fejezhetik ki véleményüket a saját környezetükben (WILLEMSSEN et al. 2022), összeköthetők a különböző városokban, régiókban vagy akár más-más országban élők, így földrajzilag szétszórt csoporttagok is bevonhatóak (VICSEK 2017). A hátrányok listáján a szünetek, a technikai okok miatt létrejövő kizökkenés, a gyenge hang- vagy képminőség és a nem verbális kódolás nehézségei szerepelnek (DEAKIN-WAKEFIELD 2014). További hátrány még a gesztikuláció hiánya a képen, vagy amikor a lassú internetkapcsolat miatt hosszú másodpercekkel később érkeznek a mimikai reakciók, néha maga a szóbeli válasz is, melyek egy részét a közvetítés óhatatlanul tompítja (SZTÁRAY-SZVETELSZKY 2021).

1. táblázat

#### A kutatási minta jellemzői

Alany	Életkor	Családi állapot	Foglalkoztatás	Home office-hoz való viszony
1	X generáció (1965-1979)	egyedülálló	egyéni vállalkozó (digitális nomád)	„2008 környékén kezdtem, elég érdekes volt (..) ma már 5 órákor lerakom a lantot és lecsukom az összes laptopomat, és azt mondom, hogy itt a vége”
2	X generáció (1965-1979)	házas, 2 gyermek	cégvezető	„pénzügyi területen dolgoztam többnyire, ahol működött a home office és nagyon szívesen csináltam”
3	Y generáció (1980-1994)	házas	állami cégnél beosztott	„férjem is home office-ban dolgozik, ki kellett vennie egy irodát, mert megpróbáltunk párhuzamosan dolgozni, de nem ment”
4	Z generáció (1995-2009)	egyedülálló	multinacionális vállalatnál beosztott	„csak az előnyeit látom, sokkal több a szabadidőm, jobban tudom beosztani az időmet”
5	Y generáció (1980-1994)	házas	banki alkalmazott	„jobban tudok koncentrálni itthon, mert amikor bent voltam az irodában olyan dolgokkal is kellett foglalkoznom, ami nem az én feladatom”
6	Y generáció (1980-1994)	egyedülálló	multinacionális vállalatnál középvezető	„több időm van dolgozni, ha reggel felébredek van, hogy 10 perc múlva már ott ülök, és haladnak a dolgok előre”
7	Y generáció (1980-1994)	egyedülálló	kormánytisztviselő	„nagyon összerosódik minden, és nem 5 órákor, hanem amikor végzem, akkor teszem le a munkát, ha ez este 11 óra, akkor este 11 óra”
8	Y generáció (1980-1994)	házas, 2 gyermek	kkv-nál középvezető	„nehezen ment az átállás, főleg az iskolabezárás miatt”

Forrás: saját szerkesztés

Hagyományos fókuszcsoporthoz esetében az ajánlott maximális létszámot a szakirodalom 10–12 főben határozza meg (VICSEK 2006). Digitális formában maximalizálni kell a résztvevők létszámát 6–7 főben, elsősorban a metakommunikációs jelzések és követhetőségük, értelmezésük korlátozottsága miatt. Nagyobb létszám esetén a moderátoroknak nehézséget okozhat a résztvevők koordinálása, a beszélgetés menedzselése, elsősorban amiatt, hogy mindenkit szisztematikusan minden kérdésnél megszólítsanak (SZTÁRAY-SZVETELSZKY 2021). Jelen kutatás alanyainak a létszámát ezért 8 főben maximalizáltuk.

Az online platform használhatósága a sikeres digitális fókuszcsoporthoz elengedhetetlen feltétele. Ideális esetben a platformnak könnyen elérhetőnek és használhatónak kell lennie a kevesebb digitális kompetenciával rendelkező résztvevők számára is (DANIELS et al. 2019). A Microsoft Teams felületet választottuk a kutatás lefolytatásához. A kommunikáció módja alapján LINK és DINSMORE (2014) két online fókuszcsoporthoz különböztetett meg: (i) a szövegalapú csoportokat, ahol begépelik válaszaikat a résztvevők, és (ii) a videós fókuszcsoporthoz, ahol látják és hallják is egymást. Az interjú során használt felület chat funkciója lehetőséget biztosított arra, hogy a résztvevők begépeljék a megjegyzéseiket, ezért egy hibrid, videós és szövegalapú, fókuszcsoporthoz kutatást végeztünk. A személyes fókuszcsoporthoz interjúkat általában 2 óráig tartanak (RITCHIE et al. 2013). Az online fókuszcsoporthoz időtartamát célszerű lerövidíteni, mert a digitális beszélgetéseket a résztvevők általában fárasztóbbnak érzik, nehezebb lekötni a figyelmüket, és elkötelezettnek maradniuk a téma iránt (DANIELS et al. 2019). Annak érdekében, hogy elegendő időt biztosítsunk a beszélgetésre anélkül, hogy túlterheljék a résztvevőket, 100 perces időtartam mellett döntöttünk. A beszélgetés előtt egy ismeretterjesztő cikket osztottunk meg az alanyokkal, hogy képet kapjanak a kutatási témáról<sup>4</sup>. A kísérőlevelében feltüntettük továbbá, hogy a kamerájukat nem szükséges bekapcsolniuk, és a nevüket sem szükséges kiírniuk. Az arctalanság bizonyos esetekben elősegítheti, hogy a résztvevők bátrabban nyilvánuljanak meg (GRAFFIGNA-BOSIO 2006). Megjegyzendő, hogy a csoporttagok körébe egy helyfüggetlen munkavállalót is bevontunk (1. alany) azzal a céllal, hogy kijavítsa a téves feltételezéseket a *colivingről* – lévén már dolgozott ilyen környezetben –, illetve, hogy csökkentsük a moderátorok befolyását és elősegítsük a beszélgetés folyamatosságát.

## 4. Eredmények

A rövid, bemutatkozó jellegű felvezetést követően a csoport tagjainak távmunkatapasztalataira, speciális helyzetére és motivációira helyeződött a hangsúly. Az interjú első felében az alanyok saját maguk alkottak három szintet, (i) munkakör, (ii) személyiség és (iii) környezet, amelyek mentén vizsgálták a turisztikai környezetben, *coliving* közösségi térben történő munkavégzés kérdéskörét, és reflektáltak egymás véleményére. Az állami szférában dolgozók úgy gondolták, hogy nehézségekbe ütközne a munkahelyi tevékenységeik ellátása. „Kötöttebb a munkaköröm, ezért nehezebben tudnék elmozdulni a laptopom elől 9 és 17 óra között.” (3. alany) „Az informális kommunikáció kevesebb a home office-ban, rengeteg dolog derül ki ebéd közben, sokkal többet megtudok akkor, mint a vezetői értekezleten, nyitottabbak az emberek, jobban elmondják a pletykákat, ami nekem a munkámhoz is segítség.” (7. alany) A törvényi szabályozás kérdése is felmerült a beszélgetés során. A válaszadók nem látják kellőképpen kidolgozotttnak a jogszabályi környezetet: „A vállalatok, vagy az intézmények egy része, úgy reagált, hogy 8-tól 20-ig meghosszabbították rendelkezésre állást.” (3. alany). „A munkáltatónak kell felelnie akkor is értünk, ha otthonról dolgozunk, és ha bármilyen baleset ér, az munkahelyi balesetnek számít.” (7. alany). A magánszférában dolgozók említették, hogy már korábban is dolgoztak otthonról, ezért nem újdonság számukra a jelenség, de valamilyen megjegyezték, hogy technológiailag fejlődni kellett hozzá. „10 éve nem volt az a típusú technológia, hogy ügyféladatokat biztonságban ki lehessen vinni otthonra.” (2. alany) „Az teljesen más jellegű volt, annyira nem is voltak meg a feltételeim, akkor a konyhasztalnál ültem, most már van otthon íróasztal és szélem is hozzá” (6. alany).

Személyiségi jellemzők tekintetében az önfenntartást, a tudatosságot és az önállóságot említették meg. „A személyiségem alapján nem lenne gond, mert tudok koncentrálni.” (5. alany). „Ugyanaz az ember vagyok, ugyanazt a tanácsot tudom adni bárhol a világon dolgozom, és ez nem attól függ, hogy hol ülök.” (1. alany) „Ha megfelelően fegyelmezett az ember, úgy gondolom, hogy meg lehet oldani.” (2. alany) „Az a fajta autoritás, hogy te dönthetsz, hogy hol és mikor milyen környezetben dolgozol, az szerintem felbecsülhetetlen.” (3. alany)

Valamennyien kiemelték a munkakörnyezet jelentőségét, ami feltétele annak, hogy kipróbálják ezt a lehetőséget. „A csenedesebb szobákat preferálok, hogy ne zavarjanak a telefonkonferencia során.”

<sup>4</sup> Startlap.hu (2020): Új jelenség: felturista lehetsz a járvány alatt is. Elérhető: [https://www.startlap.hu/utazas/felturista\\_turizmus\\_digitalis\\_nomad\\_utazas\\_koronavirus/?fbclid=IwAR2NanOce6m7vyVDth3QPc8nzM2AaUxP-aYaVT7o70uJZ827fRat44Kqhg](https://www.startlap.hu/utazas/felturista_turizmus_digitalis_nomad_utazas_koronavirus/?fbclid=IwAR2NanOce6m7vyVDth3QPc8nzM2AaUxP-aYaVT7o70uJZ827fRat44Kqhg) Letöltve: 2021. március 9.

(4. alany) „*Úgy el tudnék menni a Bahámákra is, ha beülök egy zárt hotelszobába, besötétített ablaknál és ott ülök nyolc órát.*” (5. alany) Abban a kérdésben, hogy mely tényezők lennének fontosak egy *coliving* desztináció kiválasztása során, az alanyok valamennyien a munkakörülmények megfelelőségére koncentráltak, nem a szabadidős tevékenységek lehetőségeire. Továbbá, az internet magas minőségét és az európai időzónában maradáást emelték ki. „*A 6-7 órás időeltolódás nehezebben kezelhető, az USA-ban hajnali kettő-három óra között kellene elkezdni dolgozni, ami már nehezen fér bele a komfortzónámba.*” (1. alany) Az interjú második felében azt kértük, hogy olyan lehetőségekre koncentráljanak, amelyek a kikapcsolódásukat segíthetnék. A „*túrázás, bringázás, motorozás*” (1. alany), a „*gasztroprogram és múzeum*” (3. alany), a „*búvárkodás*” (8. alany) és az „*edzőterem*” (4. alany) került említésre. A résztvevők a közösségi élményeket nem említették az elvárásaik között, a szabadidő eltöltése során az egyéni programokra koncentráltak. Megjegyzendő, hogy senkit nem zavart az, hogy egy ideig számára idegenekkel kell együtt élnie. Olyannyira nem volt ez fontos szempont, hogy a beszélgetések során fel sem merült kérdésként, hogy kik a *coliving* tér többi használói. Az alanyok nem tartották fontosnak az interakciót, „*az a legfontosabb, hogy ne zavarjuk egymást munka közben.*” (8. alany) „*Üzleti kapcsolat építését el tudom képzelni, de nem ezért mennék.*” (1. alany) „*Családommal mennék, ha a gyerekeim eljátشانak más gyerekekkel, annak örülök.*” (2. alany)

Végző soron valamennyien kipróbálnák a *colivinget*, az egyik résztvevő így foglalta össze: „*Attól eltekintve, hogy nem tudok kommunikálni a csapattal, nem tudom összedolgozni a szükséges híreszteléseket az ebédnél, de be tudom fejezni a munkát x órákor és ki tudok menni a vízpartra pihenni, emiatt feltétlenül kipróbálnám.*” (3. alany) A szezonális kérdése is felmerült a beszélgetés során, a résztvevők sokkal szívesebben próbálnák ki főszezonon kívül a szolgáltatást. „*Nekem a kedvenc évszakom a tavasz, sokkal nyugodtabb minden, szeretem figyelni a természet ébredését, ehhez nyugalomra van szükségem, ilyenkor az a jó, ha minél kevesebb emberrel találkozom.*” (5. alany) „*Többször vitorláztam szeptember végén a Balatonon, egészen más élmény.*” (6. alany) A beszélgetés zárásaként szóba került, hogy milyen üzleti modellben lehetne megvalósítani a szolgáltatást. „*Az a kérdés, hogy az utat a munkáltató adja, vagy a munkavállaló fizeti magának?*” (2. alany) Ebben a kérdéskörben a vélemények különböztek, és mindkét megoldás mellett érveltek résztvevők. „*A kevésbé rugalmas munkáltatóknak is lesz lehetősége bevezetni egy olyan rendszert, hogy két hetet egy évben kijelölhet a munkavállaló, amit így tölt, mint egy juttatás.*” (4.

alany) „*Nem juttatásnak fogom fel, annyi flexibilitásra van szükség a munkáltató részéről, hogy ha kiesel egy telefonkonferenciáról mert megszakadt az internet, ne legyen senki mérges emiatt.*” (1. alany)

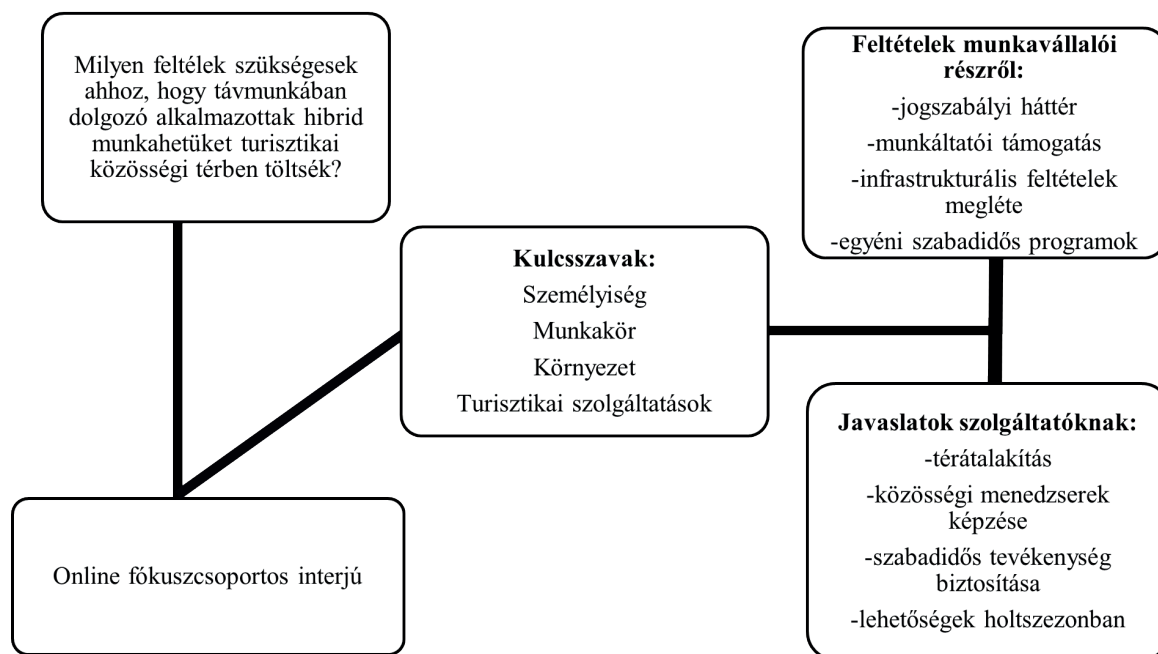
A kutatás során az X, Y és Z generációk között nem tapasztaltunk különbséget. Akik – saját bevallásuk szerint – home office-ban meg tudják teremteni a munka-magánélet egyensúlyát, azok között népszerűbbnek bizonyult a szolgáltatás. Általánosságban elmondható, hogy az alanyok a *coliving* térben való létet egyéni tevékenységként képelték el. Többségük alkalmazottként, munkahelyi közösségben dolgozik. Azt senki nem vetette fel, hogy akár a kollégáival együtt is kipróbálná a szolgáltatást. Sem a vezetői, sem a beosztotti munkakörben dolgozók között nem merült fel ez a lehetőség, holott a modell akár a csapatépítés egy speciális változataként is működőképes.

## 5. Következtetések

Megállapítható, hogy a kutatásunk résztvevői kipróbálnák a turisztikai *coliving* szolgáltatást, de bizonyos feltételeknek meg kell felelni. Elsősorban az szükséges, hogy a munkavállalónak semmilyen hátránya ne származzon abból, hogy a munkáját nem otthonról és nem a munkahelyéről végzi. Törvényi szinten a távmunka szabályozása a kutatás óta átdolgozásra került.

A 2012. évi I. törvény (a továbbiakban: Mt.) 2022. június 1-jei módosítása szerint távmunkavégzés esetén a munkavállaló a munkát a munkaidő egy részében vagy egészében a munkáltató telephelyétől elkülönült helyen végzi [Mt. 196. § (1) bek]. A munkaszerződésben meg kell állapodni a munkavállaló távmunkavégzés keretében történő foglalkoztatásában [Mt. 196. § (2) bek]. A munkavédelemmel kapcsolatban is változás történt. Az információtechnológiai vagy számítástechnikai eszközzel, rendszerrel végzett távmunka esetén a munkáltató írásban tájékoztatja a munkavállalót a munkavégzéshez szükséges, egészséget nem veszélyeztető és biztonságos munkakörülmények szabályairól. A munkavállaló a munkavégzés helyét az előbbiek szerinti munkakörülmények teljesülésére figyelemmel választja meg, és a munkáltató a munkavédelmi szabályok betartását – eltérő megállapodás hiányában – számítástechnikai eszköz alkalmazásával távolról ellenőrizheti [1993. évi XCIII. törvény a munkavédelemről Mvt. 86/B. §]. Az államigazgatásban a kormánytisztviselő és a munkáltatói jogkör gyakorlójának megállapodása szerint a kormánytisztviselő a munkáját a munkavégzés rendes helyétől eltérően a lakó-, illetve tartózkodási helyén saját eszközeivel

## A kutatási folyamat és az eredmények bemutatása



Forrás: saját szerkesztés

is végezheti. A törvény leszögezi, hogy otthoni munkavégzésre abban az esetben kerülhet sor, ha az elvégzendő munka jellege ezt lehetővé teszi, továbbá, ha az otthoni munkavégzés elrendelése vagy lehetővé tétele nem jár a kormányzati igazgatási szerv vagy a kormánytisztviselő számára aránytalan sérelemmel.

Kutatásunk óta Magyarországon már az infrastrukturális feltételek is adottak ahhoz, hogy *coliving* közösségi térben dolgozzanak a munkavállalók. Vászolyon nyílt meg a *Portushome Coworking & Coliving* közösségi tér. A község a Balaton turisztikai térségben, Veszprém vármegyében, a Balatonfüredi járásban, a Balaton-felvidéki Nemzeti Park területén fekszik. A Re-charge programjuk keretében már a távmunkában dolgozó alkalmazottaknak is lehetőséget biztosítottak, hogy egyhetes esemény keretében kipróbálhassák milyen egy közösségi térben dolgozni és munkaidő után kikapcsolódni.

A kutatásunk rámutatott arra, hogy ha a munkakör lehetőséget biztosít és az infrastrukturális feltételek is adottak, akkor a munkavállaló személyiségén, munkamorálján múlik, hogy képes-e turisztikai *coliving* közösségi térben a munka-magánélet egyensúlyt megteremtve egyszerre dolgozni és pihenni. Az eredményeink azt mutatták továbbá, hogy alanyaink a holt szezonban is szívesen élnének a pihenés lehetőségével, ami a

magyarországi turizmus szezonálisából eredő problémákon is enyhíthet.

A tárgyalt *mcdisneyfikációs* elvek alkalmazása a turisztikai szolgáltatások területén a következőképpen lenne lehetséges (1. ábra – Javaslatok szolgáltatóknak). A szállásadók átalakíthatnák nem használt tereiket. Helyiségeiket optimalizálva azok egyszerre lehetnének alkalmasak munkavégzésre és pihenésre, ami növelné a hatékonyságot. Ahhoz, hogy egy banki alkalmazott is tudjon az adatokat biztonságosan tárolva dolgozni, zárt munkaállomásokat kellene létrehozni az elkülönülő részekben. A megújulás úgy lenne teljes, ha turisztikai élményt is tudnának kapcsolni a szolgáltatáshoz. Továbbá közösségi menedzserek segíthetnék a résztvevők facilitálását, mely munkakörre érdemes továbbképezni a turisztikai szakembereket, animátorokat. Fontos kiemelni, hogy a közösségi menedzser szerepe több dologban is eltér a szálláshelyeken dolgozó animátorétól. Az animátor behatárolt időtartamban van jelen, feladata a szórakoztató programok szervezése, és nem rendelkezik információkkal a résztvevőkről. A közösségi menedzser folyamatosan végzi közösségépítő tevékenységét, keresi a kapcsolódási pontokat a tér felhasználói között, előzetes ismeretei vannak róluk, és az utánkövetés is része a munkájának.

Turizmusmarketing szempontból azoknak a fogyasztóknak, akik még nem próbálták a *coliving*

szolgáltatást, elsősorban a környezetet, a munkakörülményeket és az egyéni szabadidősprogram-lehetőségeket szükséges kiemelni.

A megszerezhető jövedelem elsődlegességén túllépve a munkaerőpiacon egyre inkább megjelenik a munkavállaló közérzetét, munkakörülményeit előtérbe helyező nem anyagi természetű munkáltatói juttatások, kényelmi szolgáltatások biztosításának igénye. Az esetleg meglévő vállalati üdülő mellett ebben a szegmensben is plusz vonzerőt jelenthet a *coliving* munkavégzés támogatása.

Kutatásunk korlátja, hogy a szállások nem kerültek megkérdezésre az átalakítás lehetőségeiről, ugyanakkor ez lehet a következő tanulmányunk témája. További kutatási terület lehet, hogy a *coliving* közösségek akkor működnek-e hatékonyabban, ha valamilyen közös ismérv alapján kerülnek össze a résztvevők (foglalkozási ág, életkor, hobbi), vagy akkor, ha teljesen véletlenszerű, heterogén az összetételük.

## Felhasznált irodalom

- ÁRVA L. – SIPOS Z. (2011): Adalékok a posztmodern turizmusmarketing értelmezéséhez. Az élmény és az egyediség jelentősége. *Marketing & Menedzsment*. 45(3). pp. 32–40.
- AUBERT A. – BARCZA A. – GONDA T. – HORVÁTH Z. – PÁLFI A. (2017): Paradigmaváltás(ok) a magyarországi turisztikai desztinációk fejlesztésében és menedzselésében. *Turizmus Bulletin*. 17(1–2). pp. 15–25.
- BARRERO, J. M – BLOOM, N – DAVIS J. (2023): *Why working from home will stick*. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.3741644
- BERGAN, T. L. – GORMAN-MURRAY, A. – POWER, E. R. (2020): Coliving housing: Home cultures of precarity for the new creative class. *Social & Cultural Geography*. 22. pp. 1–19. DOI:10.1080/14649365.2020.1734230
- BRAUN, V. – CLARKE, V – GRAY, D. (eds) (2017): *Collecting Qualitative Data: A Practical Guide to Textual, Media and Virtual Techniques*. <https://doi.org/10.1017/9781107295094>
- BRYMAN, A. E. (2004): *The Disneyization of Society*. London: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446220122>
- CANTER, D. (1986): Putting situations in their place: Foundations for a bridge between social and environmental psychology. In: Furnham, A. (ed): *Social behaviour in context*. London: Allyn & Bacon. pp. 208–239.
- CHEVTAEVA, E. (2021): Coworking and Coliving: The Attraction for Digital Nomad Tourists. In: Wörndl, W. – Koo, C. – Stienmetz, J. L. (eds): *Information and Communication Technologies in Tourism 2021*. Springer, Cham. pp. 202–209. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7_17)
- CHEVTAEVA, E. – GUILLET, D. (2021): Digital nomads' lifestyles and coworkation. *Journal of Destination Marketing & Management*. 21. 100633. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100633>
- ANCILLO, A. – DEL VAL, M. T. – GAVRILA, S. G. (2020): Workplace change within the COVID-19 context: A grounded theory approach. *Economic Research – Ekonomska Istraživanja*. 34(1). pp. 2297–2316. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1862689>
- DEAKIN, H. – WAKEFIELD, K. (2014): Skype Interviewing Reflections of Two PhD Researchers. *Qualitative Research*. 14. pp. 603–616. <https://doi.org/10.1177/146879411348812>
- DANIELS, N. – GILLEN, P. – CASSON, K. (2019): STEER: factors to consider when designing online focus groups using audiovisual technology in health research. *International Journal of Qualitative Methods*. 18. pp. 1–11. <https://doi.org/10.1177/1609406919885786>
- EDENSOR, T. (2012): Performatív turizmus, színre vitt turizmus. In: Bódi, J. – Pusztai, B. (szerk.): *Túl a turistatekinteten – A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Budapest: Gondolat Kiadó. pp. 241–239.
- FEHÉR K. (2016): *Digitalizáció és új média – Trendek, stratégiák, illusztrációk*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630597432>
- FOUCAULT, M. (1999): *Nyelv a végtelenhez – Tanulmányok, előadások, beszélgetések*. Latin Betűk, Debrecen.
- GANDINI, A (2015) The rise of coworking spaces: A literature review. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*. 15(1). pp. 193–205.
- GONDA T. (2017): *A „tájékozódó” a tudatos turistáig: A környezettudatosság erősödése a turizmusban*. PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Pécs – Szekszárd.
- GRAFFIGNA, G. – BOSIO, A. C. (2006): The Influence of Setting on Findings Produced in Qualitative Health Research: A Comparison between Face-to-Face and Online Discussion Groups about HIV/AIDS. *International Journal of Qualitative Methods*. 5(3). pp. 55–76. <https://doi.org/10.1177/160940690600500307>
- GREENHAUS, J. H. – COLLINS, K. M. – SHAW, J. D. (2003). The relation between work-family balance and quality of life. *Journal of Vocational Behavior*. 63(3). pp. 510–531. [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(02\)00042-8](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(02)00042-8)
- GUSTAFSON, P. (2014): Business travel from the traveller's perspective: Stress, stimulation and normalization. *Mobilities*. 9(1). pp. 63–83. <https://doi.org/10.1080/17450101.2013.784539>
- KALLIATH, T. – BROUGH, P. (2008): Work-



- life balance: A review of the meaning of the balance construct. *Journal of Management & Organization*. 14(3). pp. 323–327. <https://doi.org/10.5172/jmo.837.14.3.323>
- KITZINGER, J. (1995): Qualitative Research: Introducing focus groups. *BMJ*. 311(7000). pp. 299–302. DOI: 10.1136/bmj.311.7000.299
- KNIFFIN, K. M. – NARAYANAN, J. – ANSEEL, F. – ANTONAKIS, J. – ASHFORD, S. P. et al. (2021): COVID-19 and the workplace: Implications, issues, and insights for future research and action. *American Psychologist*. 76(1). pp. 63–77. <https://doi.org/10.1037/amp0000716>
- KOCK, F. – JOSIASSEN, A. – ASSAF, A. G. (2018): On the origin of tourist behavior. *Annals of Tourism Research*. 73. pp. 180–183. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.04.002>
- LICHY, J. – McLEAY, F. (2018): Bleisure: motivations and typologies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 35(4). pp. 517–530. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1364206>
- LINK, A. – DINSMORE, S. (2014): Online Focus Groups: Selecting a Platform. *Website Academia.edu*. <http://www.academia.edu/2064385/>
- MERKEL, J. (2015): Coworking in the city. *Ephemera*. 15(2). pp. 121–139.
- MITEV, N. – AROLES, J. – STEPHENSON, K. – MALAURENT, J. (2021): Introduction: New Ways of Working, Organizations and Organizing in the Digital Age. In *New Ways of Working*. pp. 1–19.
- NASH, C. – JARRAHI, M. H. – SUTHERLAND, W. (2021): Nomadic work and location independence: The role of space in shaping the work of digital nomads. *Human Behavior and Emerging Technologies*. 3(2). pp. 271–282.
- OLDENBURG, R. (1989): *The great good place: cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of a community*. Boston, Da Capo Press.
- OREL, M. (2019): Coworking environments and digital nomadism: Balancing work and leisure whilst on the move. *World Leisure Journal*. 61(3). pp. 215–227. <https://doi.org/10.1080/16078055.2019.1639275>
- PÉCSEK B. (2019): Nyaralás alatti munkavégzés: a workcation turizmus elméleti és gyakorlati kérdései. *Turizmus Bulletin*. 19(1.). pp. 4–13. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2019v19n1.1>
- PROSHANSKY, H. M. – ITTELSON, W. H. – RIVLIN, L. G. (eds) (1970): *Environmental psychology: Man and his physical setting*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- RATTEN, V. (2020): Coronavirus (COVID-19) and entrepreneurship: Changing life and work landscape. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*. 32(5). pp. 503–516.
- REICHENBERGER, I. (2018): Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*. 21(3). pp. 364–380.
- REITER, N. (2007): Work Life Balance: What DO You Mean? The Ethical Ideology Underpinning Appropriate Application. *Journal of Applied Behavioral Science*. 43(2). pp. 273–294. <https://doi.org/10.1177/0021886306295639>
- RELPH, E. C. (1976): *Place and placelessness*. London: Pion.
- RITCHIE, J. – LEWIS, J. – NICHOLLS, C. M. (2013): *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- RITZER, G. (1995): *The McDonaldization Thesis*. London: Sage.
- ROOST, F. (2000): *Die Disneyfizierung der Städte. Großprojekte der Entertainmentindustrie am Beispiel des New Yorker Times Square und der Siedlung Celebration in Florida*. Opladen: Leske & Budrich.
- SAVIC, D. (2020): COVID-19 and work from home: Digital transformation of the workforce. *Grey Journal (TGJ)*. 16(2). pp. 101–104
- SPINUZZI, C. (2012): Working alone together: Coworking as emergent collaborative activity. *Journal of business and technical communication*. 26(4). pp. 399–441. DOI:10.1177/1050651912444070
- SZTÁRAY É. – SZVETELSZKY Z. (2021): Távolléti fókuszcsoporthoz eredményei a 2020 tavaszi érettségivel kapcsolatos tapasztalatokról. *Socio.hu Társadalomtudományi Szemle*. 11(1). pp. 84–107. <https://doi.org/10.18030/socio.hu.2021.1.84>
- TAVAREZ, L. (2020): The Impact of Tourism on Cultural Identity in Peru. *International Social Science Review*. 97(3). pp. 1–28.
- UNGER, O. – URIELY, N. – FUCHS, G. (2016): The business travel experience. *Annals of Tourism Research*. 61. pp. 142–156. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.10.003>
- VICSEK, L. (2006): *Fókuszcsoporthoz. Elméleti megfontolások és gyakorlati alkalmazások*. Budapest: Osiris Kiadó.
- VICSEK, L. (2017): Online fókuszcsoporthoz alkalmazása – lehetőségek, korlátok és tanácsok a hatékonyság növelésére. *Vezetéstudomány. Budapest Management Review*. 48(4). pp. 36–45. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.04.06>
- VON ZUMBUSCH, J. S. H. – LALICIC, L. (2020): The role of co-living spaces in digital nomads' well-being. *Information Technology & Tourism*. 22. pp. 439–453. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00182-2>
- VYAS, L. (2022): “New normal” at work in a post-COVID world: work-life balance and labor

- markets. *Policy and Society*. 41(1). pp. 155–167. <https://doi.org/10.1093/polsoc/puab011>
- JASROTIA, A. – PARVINDER, K. – WALIA, S. – CHOUDHARY, P. (2021): COVID-19 and the bleisure travellers: an investigation on the aftermaths and future implications. *Tourism Recreation Research*. 7. DOI: 10.1080/02508281.2021.1946653
- WANG, B. – SCHLAGWEIN, D. – CECEZ-KECMANOVIC, D. – CAHALANE, M. (2019). *Digital nomadism and the market economy: resistance and compliance*. Fortieth International conference on information systems (ICIS). Munich, Germany.
- WILLEMSEN, R. F. – AARDOOM, J. J. – CHAVANNES, N. H. – VERSLUIS, A. (2022): Online synchronous focus group interviews: Practical considerations. *Qualitative Research*. 0(0). <https://doi.org/10.1177/14687941221110161>
- WIRANATHA, A. S. – ANTARA, M. – WIRANATHA, A. C. – PIARTRINI, P. S. – PUJAASTAWA, I. B. G. – SURYAWARDANI, G. A. O. (2020): Digital nomads tourism in Bali. *Journal of Development Economics and Finance*. 1(1). pp. 1–16.
- ZÁTORI A. – MICHALKÓ G. – T. NAGY J. – KULCSÁR N. – BALIZS D. (2019): The tourist experience of domestic VFR travellers: the case of Hungary. *Current Issues in Tourism*. 22(12). pp. 1437–1459. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1371117>
- ZUKIN, S. (1995): *The Culture of Cities*. Blackwell Publishing, Oxford.

### Internetes források

- McKINSEY & COMPANY (2022): *Americans are embracing flexible work – and they want more of it*. <https://www.mckinsey.com/industries/real-estate/our-insights/americans-are-embracing-flexible-work-and-they-want-more-of-it>, Letöltve: 2023. április 12.