

KÖZÖSSÉGI SZÁLLÁSADÁS BUDAPESTEN - AZ AIRBNB TÉRNYERÉSE

DUDÁS GÁBOR – BOROS PÁL

PEER-TO-PEER ACCOMODATIONS IN BUDAPEST - THE EXPANSION OF AIRBNB

It is widely known, that info communication techniques have a great impact on the world economy and one of these manifestations is the sharing economy. The sharing economy basically means that users via an IT platform share their unused capacities (e.g. assets, services, money) on an on-demand basis. In this milieu, such sharing economy firms emerged (such as Uber, Airbnb), which offer solutions for changing consumer habits taking advantage of the opportunities offered by IT. It shows the importance of the sharing economy that over the past 15-year startup companies - following the business model based on sharing –have received more than 11,5 billion dollars in investment and the main players like Uber and Airbnb have become global operators.

In this paper, we study the appearance and spatiality of Airbnb – a sharing economy pioneer offering short term accommodation – in Budapest. We seek to understand how the proliferation of Airbnb is shaping room rates in our study areas (V. and VIII. district), which areas are the most affected and whether there is any spatial concentration.

We performed an internet data query using automated data mining methods and applied GIS-based mapping method to visualize the spatiality of the sharing economy in Budapest to reveal differences in room rates at the selected study areas.

BEVEZETÉS

A felhasználók által generált tartalmakra épülő web 2.0 egyik kulcsfogalma a megosztás: a tartalom, az élmények, a szolgáltatások megosztása. Kiváló példát jelentenek erre a közösségi oldalak, amelyek működésének kulcseleme a képek, információk, egyéb tartalmak megosztása. A web 2.0 azonban nem csak az egyének közötti kapcsolattartást változtatta meg, hanem a gazdaság működésére is hatott: új lehetőségek nyíltak a fogyasztók és a szolgáltatók kapcsolatában, az erőforrások hasznosításában.

Mindezek következtében napjainkban egyre nagyobb teret hódít az úgynevezett „sharing economy”, azaz a közösségi, vagy megosztáson alapuló gazdaság, ami az internet kínálta lehetőségek révén megváltoztatja a fogyasztói szokásokat, és rövid idő alatt óriási bevételű cégek (pl. Airbnb, Uber, Lyft stb.) létrejöttét is eredményezte. A sharing economy működése kiterjed a személyszállítás, a szállásadás, a hirdetések, a hitelezés és finanszírozás, a használati eszközök kölcsönzése vagy éppen a munkaerőpiac területére is.

Mindez komoly vitákat vált ki a „hagyományos” és az „új” gazdaság szereplői között, ami hazánkban talán az Uber és a taxivállalatok közötti vita kapcsán volt a leglátványosabb, de más területeken is tapasztalhattunk konfliktusokat, így a közösségi szállásadás esetében is. Ez utóbbi tevékenység egyik legismertebb, legnagyobb képviselője az Airbnb, amely teljes lakások, vagy szobák kiadását jelenti, alapvetően rövid távra, turisztikai céllal. Az Airbnb hazánkban is gyorsan terjed, nem csupán versenytársat teremtve a hagyományos szállásadó szektornak, hanem átalakítva az ingatlanpiacot is, hiszen a rövid és hosszabb távú ingatlankiadás kerülhet konfliktusba, és az albérlők kiszorulhatnak egyes városrészekből az Airbnb miatt. Budapesten ma már több mint 5000 lakást vagy szobát kínálnak e közösségi szállásadó rendszeren belül – ami mutatja a folyamatok átfogó és kiterjedt jellegét.

Tanulmányunk célja, hogy két mintaterületen megvizsgáljuk a budapesti közösségi szállásadás térbeliségét; hol koncentrálódnak a mintaterületként választott V. és VIII. kerületben az Airbnb-n kínált lakások? Emellett azt is elemezzük, miként viszonyulnak egymáshoz az Airbnb és a szállodák szállásai, és kimutatható-e összefüggés a szállások és a közösségi közlekedéssel való megközelíthetőség között?

1. A KÖZÖSSÉGI GAZDASÁG ÉS A KÖZÖSSÉGI SZÁLLÁSADÁS

A megosztáson alapuló fogyasztást többen is egy olyan új irányzatnak tartják, amely gyökeresen átalakítja az erőforrásokkal kapcsolatos vásárlói viselkedést (CHEN 2009; LEISMAN ET AL. 2013). Ennek oka, hogy a birtoklással szemben egyre nő a bérlés, a csereügyletek szerepe, amit többek közt az erőforrásokkal való takarékoskodás is motivál, de gyakran környezetvédelmi megfontolások vagy egy-egy eszköz tárolásához szükséges hely hiánya is szerepet játszik. Az így létrejövő úgynevezett együttműködő fogyasztásban egyszerre fontosak a társadalmi kapcsolatok és a piaci koordináció (CUSUMANO 2015). Ahogy azt a bevezetőben is említettük, a sharing economy, és ezen belül a közösségi szállásadás kialakulását és elterjedését elsősorban az internetes és mobiltechnológiák fejlődése, az ehhez kapcsolódóan egyre olcsóbb és gyorsabb kommunikáció segítette. Ez lehetővé tette, hogy a kihasználatlan erőforrásokat, piaci lehetőségeket az emberek közvetlenül megosszák egymással, kiiktatva a hagyományos közvetítő platformokat, intézményeket, lerövidítve a tranzakciók időtartamát (PWC 2015/b; ZERVAS ET AL. 2016). Emellett a gazdasági nehézségek szintén segítik a közösségi gazdaság terjedését, mivel válságidőszakokban a fogyasztók gazdaságosabb megoldásokat keresnek a szükségleteik kielégítésére (TUDDYADIAH – PESONEN 2015). Egyes vizsgálatok szerint a közösségi élmény keresése szintén erősíti a megosztáson alapuló gazdaságot: a fogyasztáson keresztül ugyanis az egyének részeivé válnak egy közösségnek, új kapcsolatokat létesítenek, vagy megerősítik a létezőket (BOTSMAN – ROGERS

2011). A közösségi szállásadást igénybe vevők közvetlenül kapcsolatba kerülnek a helyi lakossággal, így autentikusabb élményhez juthatnak (GUTTENTAG 2015) – ami illeszkedik a turizmusban az utóbbi években felbukkant új fogyasztói igényekhez, például a lassú vagy a szelíd turizmus megerősödéséhez (MICHALKÓ 2013).

A sharing economy működésében kulcsszerepe van a bizalomnak: a fogyasztók nem ismert, és megbízható márkanevek alapján döntenek, hanem általában más felhasználók visszajelzéseire, értékeléseire támaszkodhatnak (IKKALA – LAMPINEN 2014). Ez egyes kutatások szerint lehetőséget teremt a diszkriminációra is azáltal, hogy a szálláskereséskor megjeleníti a szállásadó fotóját (EDELMAN – LUCA 2014). Ugyanakkor fontos megjegyeznünk, hogy a közösségi szállásadás, illetve általában a sharing economy számos további problémát is felvet az adófizetés elkerülésével, a minőségbiztosítással, vagy fogyasztóvédelemmel kapcsolatban (PWC 2015/b).

A közösségi gazdaság népszerűvé válása gyors növekedést tett lehetővé a területen megjelent vállalatoknak, akik így egyre nagyobb szeletet hasítanak ki a piacokon. A 2008-ban alapított Airbnb mára több mint 30 millió vendéget szolgált ki, és az értéke ismert hotelláncokét is meghaladja. A gyors változások miatt eddig viszonylag kevés tanulmány foglalkozott a közösségi gazdaság működésével, hatásaival vagy terjedésével – különösen igaz ez a közösségi szállásadás területére. Születtek vizsgálatok az autómegosztás (pl. Lyft, Uber) hatásaival kapcsolatban, bemutatva azt, hogy közösségi szinten hogyan járulnak hozzá a károsanyag kibocsátás és az üzemanyag-felhasználás csökkenéséhez (CERVERO ET AL. 2007; MARTIN ET AL. 2010). A közösségi médiában megjelenő szálláshely és étterem értékeléseket a dzsentifikáció kapcsán értelmezték; ezek ugyanis nem csak jövőbeli vásárlóknak nyújtanak információkat, hanem befolyásolják a befektetéseket is – azáltal, hogy pozitív vagy negatív imázst teremtenek. Ugyanakkor a Yelp nevű étteremértékelő oldalt elemezve ZUKIN, LINDEMAN és HURSON azt találták, hogy az értékeléseket befolyásolják az etnikai és rasszokhoz kapcsolódó előítéletek, kialakítva egy „diszkurzív redlininget”, ami azt jelentette, hogy a kisebbségek által lakott környékek éttermei több és erősebb kritikát kaptak (ZUKIN, LINDEMAN és HURSON 2015). Ezáltal úgy jelentek meg a közösségi médiában, hogy kevésbé vonzóak a fogyasztók vagy a befektetők számára. Az értékelések elemzésénél azonban azt is figyelembe kell venni, hogy azok egy része vélhetően hamis, hiszen vagy a tulajdonosok, vagy a vetélytársaik, netán fizetett kommentelők írják őket (LUCA – ZERVAS 2013). A Craigslist elnevezésű online hirdetési oldal kapcsán azt elemezték, hogy hat a hagyományos hirdetési platformokra. Az eredmények szerint a hirdetési bevételekre jobban támaszkodó lapok hajlamosak voltak csökkenteni a hirdetések árát a növekvő verseny következtében, és a kieső bevételeket az előfizetési díjak emelésével ellensúlyozták (SEAMANS – ZHU 2013). Az Airbnb esetében a hotelláncok a megnövekedett versenyre épp ellenkező

módon reagáltak: az árak csökkentése révén így azok is élvezték az Airbnb hatásait, akik nem közösségi szállást vettek igénybe. Ugyanakkor a leginkább érintett hotelek 8-10 százalékos visszaesést is elszenvedhettek az élesedő árverseny miatt (ZERVAS ET AL. 2016). Emellett egy az Airbnb által publikált kutatás szerint a közösségi szállásadásból származó jövedelem a középosztály számára olyan kiegészítő jövedelmet nyújt, ami egyrészt stabilitást nyújt gazdasági átalakulás, válság idején, másrészt pótolja a bérek elmúlt évtizedekbeni értékvesztését (SPERLING 2014).

A közösségi szállásadás hozzájárulhat új desztinációk megerősödéséhez is, mivel elérhető árú, és általában jó minőségű szálláslehetőséget kínál a turistáknak – akiknek ezzel nő a választási lehetőségeik száma, amikor a számukra elérhető, megfizethető utazási célpontot keresik. De az utazások átlagos időtartama és gyakorisága is növekszik az új lehetőségeknek köszönhetően (TUDDYADIAH – PESONEN 2015).

2. AZ AIRBNB, A MONETIZÁLT LAKÁSMEGOSZTÓ OLDAL

Az airbnb.com egy népszerű online piactér a rövid távú szállások kiadására. Az Airbnb is úgy definiálja saját magát, mint „megbízható közösségi piactér azoknak, akik szeretnének egyedülálló szálláshelyeket meghirdetni, felfedezni és lefoglalni szerte a világon – online, mobiltelefonról vagy táblagépről” (AIRBNB 2016a). Az Airbnb lényegében egy online platform, amin keresztül átlagos emberek bérbe adhatják turisták számára a kihasználatlan tereiket/ingatlanjaikat, mint szállást. Az Airbnb tehát lehetőséget teremt teljes lakások, de akár egyetlen szoba meghirdetésére is, azaz jóval rugalmasabb és szélesebb kínálatot nyújt, mint a hotelláncok. Fontos azonban kiemelni, hogy az Airbnb felületén nemcsak magánszemélyek, hanem hagyományos „Bed & Breakfast” szolgáltatást nyújtó cégek is hirdethetnek (PWC 2015/a), azonban az azonos típusú szobák (*blocks of identical rooms*) kiadása nem megengedett (GUTTENTAG 2015; THE ECONOMIST 2012). Az Airbnb-n kiadott szállások igen széles spektrumon mozoghatnak egészen egy nappaliban elhelyezett matractól kiindulva akár egész szigeteket is kibérelhetünk az alkalmazás segítségével (WORTHAM 2011), azonban a hirdetések döntő többségében privát szobákat, teljes lakásokat vagy házakat kínálnak a turisták számára (GUTTENTAG 2015).

Az Airbnb felhasználói felülete egyszerű, és a legtöbb szálláskereső platformhoz (pl. Expedia, booking.com, Orbitz) hasonló módon működik: az utazni vágyó először megadja az elsődleges keresési paramétereket (desztináció, utazás időpontja, vendégek száma); a honlap ezután megjeleníti a keresési feltételeknek megfelelő elérhető szállásokat, ami utána további paraméterek megadásával (pl. ár, városon belüli elhelyezkedés, kiegészítő szolgáltatások, elérhetőség) tovább finomítható. Amennyiben az adott szállás elnyerte egy turista tetszését, egy foglalási kérést (csak regisztrált Airbnb

felhasználók számára engedélyezett a foglalás) vagy érdeklődő üzenetet küld a szállásadó (*host*) számára. A *host* ezután válaszol a feltett kérdésre vagy elfogadja/elutasítja a foglalási kérést. A foglalás maga az Airbnb rendszerén keresztül történik, a vendég és a szállásadó nem kapják meg egymás elérhetőségeit – ez a garanciája annak, hogy nem kerülnek meg a céget, és ezzel az illeték kifizetését. Sikeres foglalás esetén a két fél között a fizetés az Airbnb felületén történik és a tranzakció után az Airbnb a szállásadónak három százalékos illetéket, míg a foglalónak átlagosan 6-12 százalékos szolgáltatási díjat - a foglalás összegétől függően – számít fel (*AIRBNB 2016/b, 2016/c*).

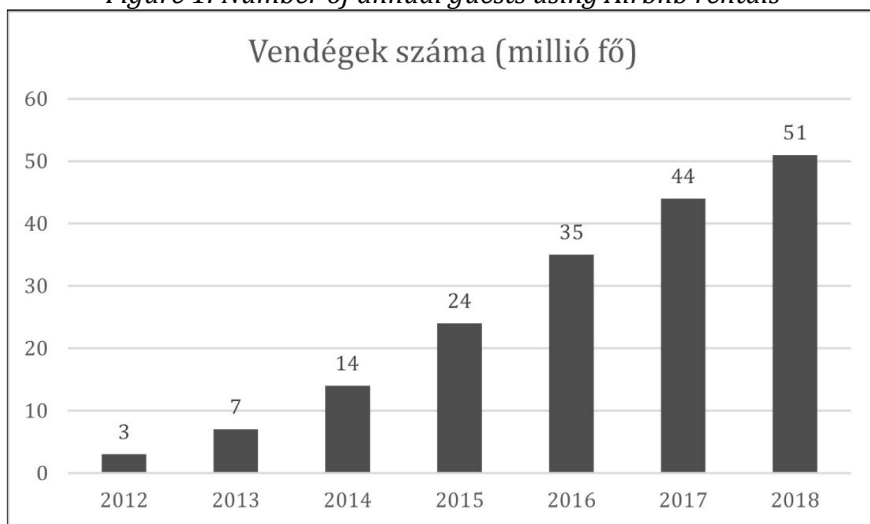
Az Airbnb működése jelentős részben a bizalmon alapul. Ezt hivatott elősegíteni, hogy az oldal láthatóvá teszi a *host* profilját is a kiadó szoba jellemzői mellett, ugyanakkor ez egyes kutatások szerint lehetőséget teremt a diszkriminációra is (*EDELMAN – LUCA 2014*). A szállásadó profilja egy fényképet és egy rövid ismertetőt tartalmaz, továbbá egy felhasználók által készített értékelési rendszert is. Ez lehetőséget biztosít a leendő vendégeknek, hogy a korábbi értékelések alapján, egy képet alkossanak a szállásadóról, és megkönnyítsék a végső döntést.

Az Airbnb ötlete 2007-ben fogalmazódott meg Brian Chesky és Joe Gebbia fejében San Franciscóban. Később csatlakozott hozzájuk Nathan Blecharczyk is, így ők hárman alapították meg végül az AirBed & Breakfast nevű vállalatot 2008 augusztusában, amit 2009 márciusában *airbnb.com*-ra rövidítettek. A kezdetekben korlátozott népszerűségnek örvendett a vállalat által nyújtott szolgáltatás, és közel két és fél évbe telt, hogy 2011 februárjában elérje az egymillió foglalt vendégéjszaka számot (*AIRBNB 2011*). Innentől kezdve azonban az Airbnb-n foglalt vendégéjszakák száma rendkívül gyors növekedést mutatott: 2011 júniusára ez a szám megduplázódott, 2012 elején elérte az ötmilliót, míg 2012 júniusában túllépte a tízmilliót számot (*TAYLOR 2012; THOMAS 2012*), vagyis a 2012-es év első öt hónapjában öt millióval nőtt a lefoglalt vendégéjszakák száma. Az Airbnb növekedése azóta is töretlen, és az elemzők úgy vélik, hogy éves szinten kb. 37 millió vendégéjszakát töltenek Airbnb szálláson, ami hozzávetőlegesen 20 százaléka az InterContinental Hotel Group 177 millió éves vendégéjszaka számának (*BAKER 2015; MUDALLAL 2015*).

A vendégéjszakák számának növekedésével párhuzamosan mind a vendégek száma mind az Airbnb-n listázott szállások száma is dinamikus növekedést mutat (1-2. ábra). A 2012-es évek közepén már naponta átlagosan 38 ezer ember, míg a 2012-es év végéig összesen négy millió ember használt Airbnb kiadott szállást, amiből három millió csak a 2012-es évre esett (*GSV CAPITAL 2014; GUTTENTAG 2015*). A *GSV Capital (2015)* előrejelzése alapján (1. ábra) további folyamatos növekedésre lehet számítani az éves vendégszám tekintetében is. Becslésük szerint 2018-ra már 51 millió ember tölt el vendégéjszakát valamilyen Airbnb szálláson. A megnövekedett vendégszámmal a kínálat is igyekszik lépést tartani, így a 2012-es év elejére már 120 ezer

listázott szállás volt az Airbnb felületén. Az 2. ábrán a növekedés dinamikája is jól látszik, így napjainkra már a listázott szállások száma meghaladja az 1,8 milliót, és további növekedés prognosztizálható.

1. ábra: Az Airbnb éves vendégszámának alakulása
Figure 1: Number of annual guests using Airbnb rentals



Forrás: GSV CAPITAL (2014) alapján saját szerkesztés

2. ábra: Az Airbnb-n listázott szállások számának alakulása
Figure 2: Number of Airbnb listings



Forrás: CHERNEY (2015), LAWLER (2013), MANDELL (2013), MUDALLAL (2015), RAO (2009), WINKLER (2015) és WINKLER – MACMILLAN (2015) alapján saját szerkesztés

Az Airbnb és a sharing economy szektor dinamikus növekedése vélhetően a szabályozatlan piaci környezetre vezethető vissza. A hagyományos piaci szereplőkre érvényes szabályozások a legtöbb esetben nem alkalmazhatóak az újszerű, komplex működési modellű sharing economy vállalatokra és a legtöbb országban a törvényhozás sincs még felkészülve e cégek szabályozására (*PWC 2015/a*). Az Airbnb sikerének kulcsa is döntően abban rejlik, hogy a legtöbb országban a kiadott szállások jelentős része illegálisan működik. A szálláskiadás az Airbnb platformján keresztül történik, azonban jellemzően az informális szektorban, így mind a vendégek, mind a szállásadók elkerülik az adók és járulékok megfizetését, ami az egyik legnagyobb versenyelőnyüket jelenti a hagyományos szállásadó szektorral szemben.

Az Airbnb esetében a megfelelő szabályozás azonban pozitívan hathat a helyi gazdaságra, hiszen élénkíti a turizmust extrabevételekhez juttatva, mind a helyi önkormányzatokat mind a szálláskiadókat. Az Airbnb adatai azt mutatják, hogy az átlagos Airbnb használók 30 év feletti iskolázott szakemberek, akik több időt töltenek az adott városban, mint a hotelekben megszállók, és nagyobb valószínűséggel térnek vissza. Mindemellett az Airbnb turisták a helyi szokásokat, a helyi ételeket szeretnék megismerni, így szinte minden esetben a helyi termékeket vásárolják, amelynek így jelentős pozitív hatása van a helyi közösségekre. Ennek a további pozitív elemei, hogy többletjövedelemhez juttatja a szálláskiadókat, segítséget nyújt az embereknek a számlák kifizetésében, a jelzőlogóhitelek visszafizetésében és a kilakoltatások megakadályozásában is (*BUDAPEST BUSINESS JOURNAL 2015*).

Mivel a korábbi vizsgálatok (*GUTTENTAG 2015*) szerint a legtöbb Airbnb szállás kívül esik a legfontosabb szállodakoncentrációk területé, így új területeket is bevon a turizmus működésébe, és a városon belül a szállások egyfajta dekoncentrációját valósítja meg. Ugyanakkor hozzá kell tennünk, hogy ez a hatás függ a városok történelmi fejlődési útjától, városszerkezetétől; elsősorban ott valósulhat meg, ahol a belvárosban gyenge a lakófunkció, így kevés a kiadható ingatlan.

3. ALKALMAZOTT MÓDSZEREK

A közösségi szállásadás vizsgálata igen nehézkes a hivatalos adatbázisok hiányosságai, valamint a szürke- és feketegazdaság (azaz be nem jelentett szállásadás) kiterjedt volta miatt. Így mindenképp saját adatgyűjtésre volt szükség a jelenség vizsgálatához. A kutatás során a megfelelő adatbázisok hiányában vizsgálatunkat, a nemzetközi szakirodalomban is elfogadott internetes adatgyűjtésre (*DUDÁS ET AL. 2016; LAW ET AL. 2010, 2011; EDELMAN – LUCA 2014; ZERVAS ET AL. 2016*) alapoztuk.

A vizsgálati terepeinknek Budapest turisták által kedvelt V. kerületét (Belváros-Lipótváros), valamint az újonnan dzsentrifikálódás jeleit mutató (CZIRFUSZ ET AL. 2015; KOVÁCS ET AL. 2013) VIII. kerületet (Józsefváros) választottuk. Ebben a két kerületben kérdeztük le a hotelszoba árakat és az Airbnb szállásárakat. Az Airbnb-n található szállásárakat a www.airbnb.com internetes oldalról, míg a hotelek által kínált szobaárak forrásául egy metakereső oldalt (www.skyscanner.com) használtunk. Fontosnak tartjuk azonban megemlíteni, hogy nem a Skyscanner az egyetlen internetes kereső felület. Ilyenek még például az online utazási irodák (pl. Expedia, Orbitz, stb.) vagy a további metakereső oldalak (Trivago, Tripadvisor, stb.) is. Az összehasonlító lekérdezések alkalmával azonban a skyscanner.com felülete bizonyult a leginkább felhasználóbarátnak, lehetőségünk nyílt kerületi bontásban lekérdezni a szállásokat, valamint a webfelület információtartalma is a legmegfelelőbb volt számunkra a vizsgált oldalak közül.

A vizsgálat során 2015. szeptember 7 és 2015. október 26 között nyolc adatfelvétel végeztünk. A lekérdezések a nyolc hét során a hétfői napokon voltak és a 2015. november 2.-i hétre vonatkoztak¹. Az adatok egy részét egy internetes keresőmotor segítségével automatizált módon kérdeztük le, és a keresőmotor elkészítéséhez az iMacros szoftvert használtuk. Ez a program az általunk megadott paraméterek alapján (utazók száma, érkezési- és indulási időpont, a szállás helye, stb.) automatikusan lekérdezte az adatokat a honlapról (www.skyscanner.com), és azokat egy adatbázisba mentette. Az adatok másik részét manuálisan kérdeztük le az Airbnb felületéről.

Az automatizált adatfelvétel lehetővé tette, hogy a hotelek esetében napi szinten rögzítsük a szobaárakat, azonban a vizsgálatban csak a három vagy annál több csillaggal rendelkező hoteleket vettük figyelembe. Az Airbnb esetében heti szinten végeztük az adatfelvételeket (összesen 8 db) a hétfői napokon. A vizsgált időpontokban minden alkalommal egy fő egy éjszakai szállásköltségét kérdeztük le (pl. bejelentkezés november 2.-án, a kijelentkezés november 3.-án). Az adatok lekérdezése és adatbázisba rendezése után a térképi megjelenítést Regiograph és ArcGIS szoftverek segítségével végeztük el.

A közösségi közlekedési megközelíthetőség vizsgálatnál a szálláshelyek legközelebbi metrómegállótól való távolságát vettük alapul. A távolságok meghatározásához a térinformatikai szoftvereink segítségével Voronoi térképeket készítettünk. E módszer lényege, hogy a síkban a szabálytalanul elhelyezkedő pontjaink köré (esetünkben a metrómegállók) olyan sokszögeket szerkesztettünk, amelyek belső pontjai közelebb vannak a kérdéses ponthoz

¹ A november 2.-i hét minden napjára külön lekérdeztük a szállásárakat. Az adatfelvétel során egy főre foglaltuk és szállásonként a legolcsóbb árat vettük figyelembe. Az elemző részben a hét napjainak szállásárait átlagoltuk és az aggregált adatokat használtuk a további elemzés során.

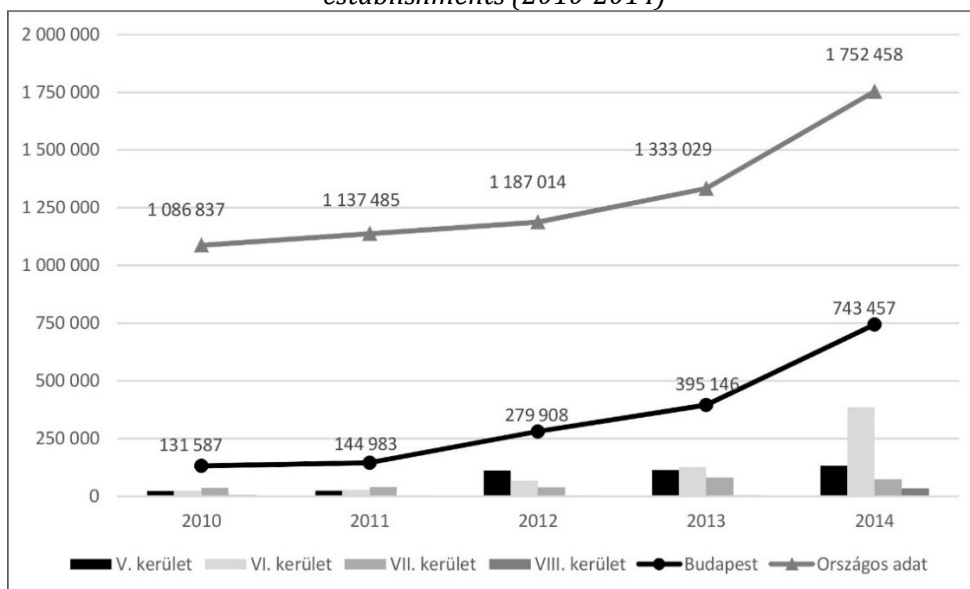
(metrómegálló), mint az összes többi kiválasztott ponthoz. E térképek segítségével lehatároltuk, hogy az egyes szálláshelyek, mely metrómegállóhoz vannak legközelebb légvonalban, és ezután meghatároztuk a metrómegállók és a hozzájuk legközelebbi szálláshelyek távolságát.

4. A KÖZÖSSÉGI SZÁLLÁSADÁS ALAKULÁSA BUDAPESTEN

A közösségi szállásadás az utóbbi időben egyre jelentősebb piaci részt szerez a hagyományos szállásadással szemben nemcsak külföldön, de napjainkban Magyarországon is. Az Airbnb adatai alapján 2015-ben 70 százalékkal nőtt a kínált szálláshelyek száma az Airbnb felületén, így kb. 6700 listázott szálláshely volt Magyarországon - ebből kb. 3800 Budapesten -, és a foglalások számában is 145 százalékos növekedés volt kimutatható (*BUDAPEST BUSINESS JOURNAL 2015*).

3. ábra: A külföldi vendégéjszakák száma az üzleti egyéb célú szálláshelyeken (2010-2014)

Figure 3: Number of foreign tourist nights in other business type accommodation establishments (2010-2014)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

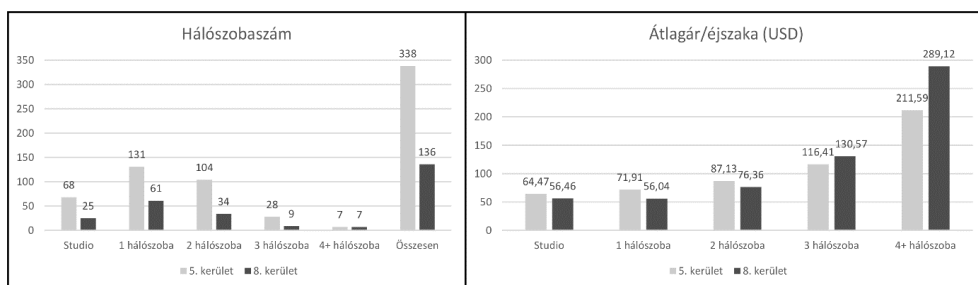
A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) statisztikái az Airbnb-n keresztül történő szállásadást az üzleti célú egyéb szálláshelyek kategóriába sorolja. A 3. ábrán jól látható, hogy a külföldi vendégéjszakák száma ebben a szálláshelytípusban először a 2013-as évben mutatott jelentősebb emelkedést országos szinten. 2014-ben már ugrásszerű növekedés volt tapasztalható, és

ekkor több mint 30 százalékkal (419 429) nőtt a külföldi vendégéjszakák száma, így összesen 1 752 458 vendégéjszakát töltöttek az emberek ilyen típusú szállásokon. Ennek a növekedésnek több mint 80 százaléka Budapestre koncentrálódik, hiszen a fővárosban töltött vendégéjszakák száma több mint 348 ezerrel volt magasabb, mint 2013-ban. Fontos azonban megjegyezni, hogy a KSH statisztikái csak az önkormányzatoknál regisztrált szállásadókat tartalmazzák, így ez a növekedés még nagyobb lehet, hiszen az Airbnb keresztül történő szálláskiadás döntően az informális szektorban történik.

Az AIRDNA adatai alapján 2016 júniusában kb. 4574 listázott aktív szálláshely volt a magyar fővárosban. Budapesten az Airbnb szállások döntő része teljes lakás (88%), amit az üzemeltetők átlagosan 51 USD-ért adnak ki, míg a privát szobák (11%; 23 USD) és a közös szobák (1%; 14 USD) részaránya és átlagos ára is sokkal alacsonyabb (AIRDNA 2016). Kutatásunk során a vizsgálat időpontjában az V. kerületben 338 Airbnb szállás és 46 hotel, míg a VIII. kerületben 136 Airbnb szálláshely és 27 hotel kínált szolgáltatást.

A mintaterületeken elérhető szállások száma alapján jól látszik, hogy a Belváros-Lipótvárosban közel 2,5-szer annyi Airbnb szálláshely található, mint Józsefvárosban, de ez a különbség a hotelszámokban is megmutatkozik az előbbi javára. A listázott Airbnb szállások közül a mintaterületeken az 1 hálósobával rendelkező szállások a dominánsak (4. ábra), de gyakoriak még a 2 hálósobás ingatlanok is. Az Airbnb-n kiadott szállások átlagárait tekintve (4. ábra) megállapíthatjuk, hogy az V. kerületben a studio, az egy, valamint a két hálósobás lakások díja magasabb, viszont a három vagy annál több szobával rendelkező lakások foglalásáért a VIII. kerületben kell többet fizetni. Az V. kerületben a hálósobaszám növekedésével a szállás díja is folyamatosan emelkedik, míg Józsefvárosban az 1 hálósobás szállások, még ha minimálisan is, de olcsóbbak a hálósobával nem rendelkező studio lakásoknál.

4. ábra: Listázott Airbnb szállások hálósobaszám és átlagár alapján
Figure 4: Number of Airbnb listings and average room rate/night

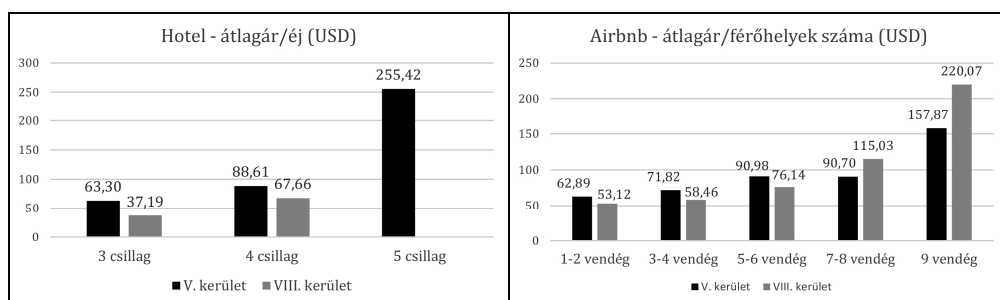


Forrás: saját szerkesztés

Az Airbnb-n kínált szállások és a hotelszoba árak (5. ábra) összevetése során célszerű a studio és az 1 hálószobás lakásokat Airbnb szállásokkal összehasonlítani, hiszen ez a két kategória hasonlít legjobban a hotelszobák nyújtotta szolgáltatásokhoz. Az összevetés alapján megállapíthatjuk, hogy a 3 csillagos szállodaárak mindkét kerületben alacsonyabbak voltak, mint az Airbnb-n kínált studio vagy 1 hálószobás szállások árai, viszont a 4 csillagos szállodák árainál, már az Airbnb szállások bizonyultak olcsóbbnak. Fontos azonban megemlíteni, hogy a két hálószobás Airbnb árak vélhetően a 4 csillagos szobaárakkal versenyeznek, azonban figyelembe kell venni, hogy a két hálószobás lakásokban akár 5-6 vendég is megszállhat. Ezért, ha az 5-6 vendég fogadására alkalmas lakások átlagárait (5. ábra) hasonlítjuk a 4 csillagos hotelárakhoz, akkor sokkal jobban megéri, hiszen az Airbnb esetében a vendégszám növekedésével a szobaárak csak minimálisan nőnek, így a szállásdíj is osztódik, ami sokkal olcsóbbá teszi az Airbnb szállásokat.

A kutatási kérdéseink között szerepelt a közösségi közlekedési megközelíthetőség és a szobaárak közötti kapcsolat vizsgálata, így megnéztük, mekkora korreláció mutatható ki az adatsorok között. Az eredmények azt mutatják, hogy a metrómegállótól való távolság a hotelszobák árait nem befolyásolja egyik mintaterületen sem (1. táblázat). Hasonlóan nem volt kimutatható összefüggés az Airbnb szállásárak és azok metrómegállótól való távolságaik között (2. táblázat), ami vélhetően arra vezethető vissza, hogy a vizsgált mintaterületek sűrű közlekedési hálózattal ennek következtében pedig jó elérhetőséggel rendelkeznek.

5. ábra: A hotelek és az Airbnb által kínált szállások átlagár alapján
Figure 5: Average hotel and Airbnb room rates/night



Forrás: saját szerkesztés

Az Airbnb esetében a szállásárak és a szállások tulajdonságai közötti korrelációs értékeket vizsgálva azt tapasztalhatjuk, hogy az V. kerületben a korrelációs értékek viszonylag egy szűk sávban mozognak gyenge kapcsolatokat feltételezve, míg a VIII. kerületben sokkal differenciáltabb kép rajzolódik ki, mérsékeltlen erős és erős kapcsolatokat mutatva, amelynek oka

vélhetően a kerületek eltérő területnagyságára és szerkezetére, valamint társadalmi összetételére vezethető vissza.

1. táblázat: Hotelszoba árak korrelációja a színvonallal és közlekedési elérhetőséggel (Pearson-féle korrelációs értékek)

Table 1: Correlation of hotel room rates with hotel standards and transport accessibility (Pearson correlation)

<i>Kerület</i>	<i>Hotel csillagok száma – átlagár</i>	<i>Távolság* - átlagár</i>
V. kerület	0,71	0,21
VIII. kerület	0,61	-0,16

Forrás: saját számítás

*A legközelebbi metrómegállóról való távolság

2. táblázat: Airbnb szállásárak és a szállások tulajdonságai közötti kapcsolatok (Pearson-féle korrelációs értékek)

Table 2: Relations between Airbnb rates and Airbnb accommodation properties (Pearson correlation)

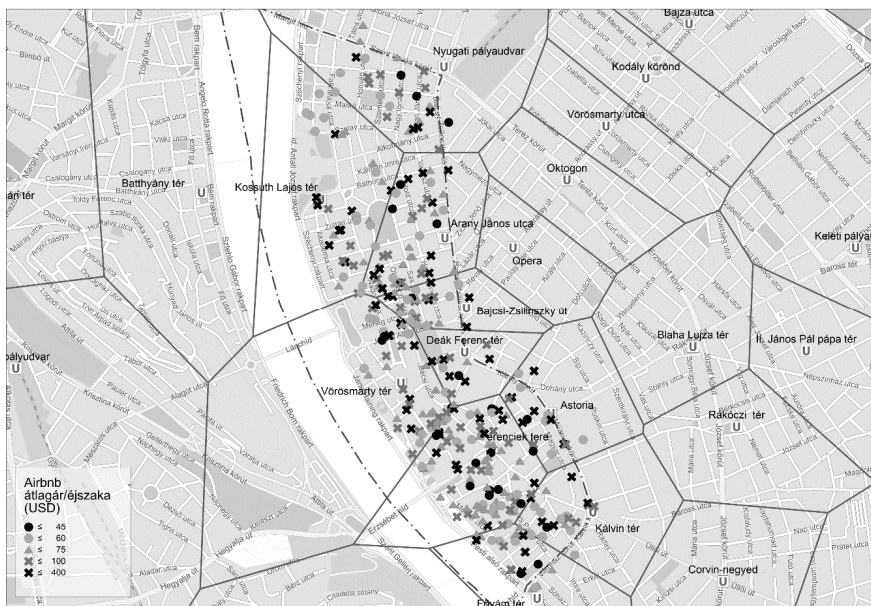
<i>Kerület</i>	<i>Távolság* – átlagár</i>	<i>Férőhelyek száma – átlagár</i>	<i>Hálószobák száma – átlagár</i>	<i>Ágyak száma – átlagár</i>
V. kerület	-0,04	0,48	0,48	0,5
VIII. kerület	-0,21	0,67	0,82	0,57

Forrás: saját számítás

*A legközelebbi metrómegállóról való távolság

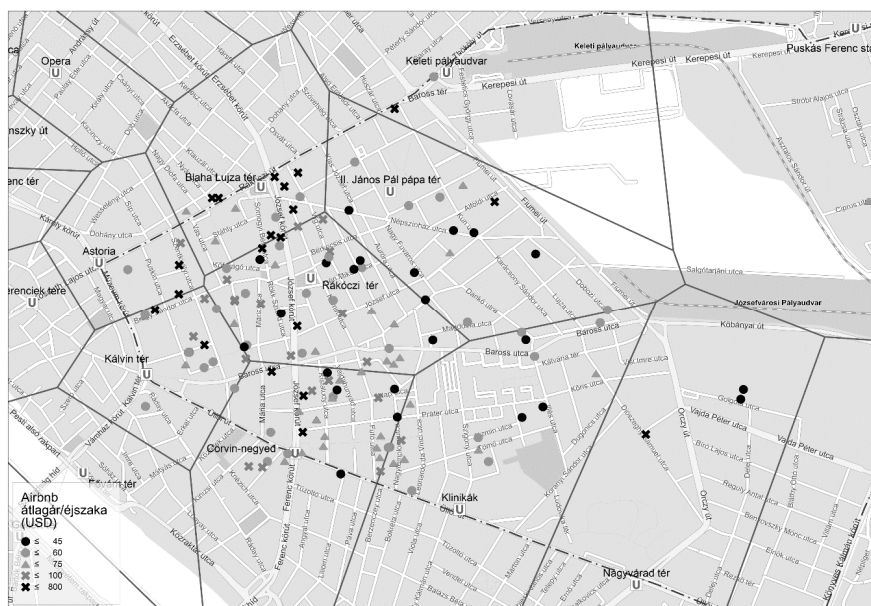
Az V. kerületi szállások térbeli eloszlása alapján megállapíthatjuk (6. ábra), hogy viszonylag egyenletesen oszlanak el a kerületen belül, és nagyobb sűrűséget is elsősorban a kerület középső és déli részén mutatnak. Ennek oka valószínűleg az, hogy a kerület északi részén a kormányzati funkciók erősebbek, míg a középső és déli területeken jellemzőbb a szórakozóhelyek, éttermek, kávézók jelenléte. Ez szempont lehet mind a keresleti, mind a kínálati oldalon, illetve a kerületen belüli funkcionális különbségek befolyásolják az Airbnb keretein belül hasznosítható lakások létét. Az ábra alapján az is jól körvonalazódik, hogy a drágább szállások elsősorban a kerület középső részén helyezkednek el, míg olcsóbb, 60 dollár alatti szállásokat a kerület déli és északnyugati részén találhatjuk.

6. ábra: Airbnb árak Budapest V. kerületében (Voronoi térkép)
Figure 6: Airbnb rates in district V. (Voronoi map)



Forrás: saját szerkesztés

7. ábra: Airbnb árak Budapest VIII. kerületében (Voronoi-térkép)
Figure 7: Airbnb rates in district VIII. (Voronoi map)



Forrás: saját szerkesztés

A józsefvárosi szállások térbeli eloszlása (7. ábra) a kerület nagyságából, valamint a szállások kisebb számából is adódóan eltérő képet mutat az V. kerulettől. Itt elsősorban egy nyugat-kelet irányú megoszlás figyelhető meg, és a nagyobb szállássűrűség a kerület nyugati felén – elsősorban a József körút környékén és azon belül – rajzolódik ki, és ahogy haladunk keleti irányban a szállások száma, ára és sűrűsége is jelentősen csökken. Ennek több, egymást erősítő oka van. Egyrészt a kerület belső részein a városrehabilitációs beavatkozások, valamint a jó elérhetőség miatt dzsentrifikációs folyamatok indultak be, amelyek felértékelték a területet a szálláskeresők körében. Továbbá a VIII. kerület periferikus részei máig őrzik korábban Józsefváros egészére jellemző stigmatizált imázst, ami taszítja a turistákat. Végezetül, az ott élő alacsonyabb jövedelmű, alacsonyabb társadalmi státuszú lakosság nem is tud élni a sharing economy kínálta lehetőségekkel. Nem rendelkezik olyan ingatlannal, amit meg tud osztani, mert lakása vagy nincs olyan állapotban, hogy ki tudja adni, vagy nincs szabad kapacitása a megosztásra. Az itt élők jellemzően vagy egyetlen ingatlannal rendelkeznek, vagy bérlakásban élnek. Jövedelmi viszonyaik azt sem teszik lehetővé, hogy az ingatlant felújítsák, átalakítsák, az esetleges turisztikai hasznosítás igényeinek megfelelően berendezzék. Emellett ismereteik sincsenek az Airbnb-ben rejlő lehetőségekről (informatikai ismeretek, idegennyelvtudás hiánya). Azaz mind a keresleti, mind a kínálati oldal erősíti a polarizált térbeli elrendeződést a közösségi szállásadás területén. Jól látható az is, hogy az Airbnb-n kínált szállások döntő többsége 60 dollárnál nem drágább, és a drágább szállásárak is elsősorban a Blaha Lujza tér körül összpontosulnak.

ÖSSZEGZÉS

Eddigi eredményeink alapján elmondható, Budapesten is egyre jobban terjed a közösségi szállásadás, átalakítva ezzel mintaterületeink ingatlanpiacát. A weboldalokról történő adatgyűjtés más kutatásokban alkalmazott (*DUDÁS ET AL. 2016; LAW ET AL. 2010, 2011; ZOOK – BRUNN 2006*) módszerét kíséreltük meg adaptálni az egyik legdinamikusabban fejlődő közösségi gazdasági forma, az Airbnb elterjedtségének vizsgálatánál. Az eredmények azt is megmutatják, hogy az Airbnb-n kínált szállások a turisztikailag népszerű helyeken jelennek meg, jelentős konkurenciát támasztva ezzel a szállodaláncoknak. Ez a térbeli elhelyezkedés ellenkezik azzal, amit más vizsgálatok feltártak, hiszen Budapest esetében a szállodák és az Airbnb kínálta szállások koncentrációja hasonló. Ez Budapest városszerkezetével és történelmével magyarázható. Ez a térbeli közelség erősíti az üzleti és közösségi szálláshelyek versenyét. A közösségi szálláshelyek terjedése azonban nem csak az érintett hotelek számára jelent nagy kihívást, hanem a kerületi illetve a fővárosi önkormányzat, vagy éppen a

magyar állam számára is, hiszen a közösségi szállásadásból jelentősen kevesebb adó folyik be, mint amennyit a hagyományos hotelek fizetnek.

Adataink alapján a közösségi közlekedési megközelíthetőségnek viszonylag kis szerepe van az Airbnb árának alakulásában – ennek oka valószínűleg a mintaterületek nagy részén jellemző a sűrű közlekedési hálózat okozta jó elérhetőség. Ugyanakkor a Belvároshoz közelebbi területeken magasabbak a szállásárak. Az árakat tekintve látható, hogy a közösségi szállásadás elsősorban a magasabb kategóriájú szállodák számára jelent versenytársat – különösen abban az esetben, amikor több férőhelyre van szüksége az utazóknak.

Jelen vizsgálat egy pillanatképet ad arról, hogy milyen a közösségi szállásadás helyzete két kiválasztott kerületben. A közösségi gazdaság gyors változásai és a szabályozás esetleges átalakulása (ami például azt eredményezte, hogy a közösségi személyszállítással foglalkozó Uber 2016 nyarán kivonult Magyarországról) miatt azonban ez a kép nagyon gyorsan megváltozhat. A kutatás továbbfejleszthető más kerületek adatainak elemzésével, valamint további városok – elsősorban kelet-közép-európai fővárosok – elemzésbe bevonásával, ami széles körű összehasonlításra adna lehetőséget. Emellett kvalitatív irányba is bővíthető a vizsgálat a szállásadók és a vendégek körében készített interjúkkal. Érdeemes lehet továbbá megvizsgálni az Airbnb hotelekre gyakorolt hatását (pl. szolgáltatások, árképzés, marketing stb.) is vagy, hogy miként hat a desztinációkra a közösségi szállásadás: hogyan változik például a látogatottságuk, szolgáltatáskínálatuk, vagy éppen hogyan alakulnak (változnak-e) a turistaáramlások.

IRODALOM

- AIRBNB** (2011): Statistics celebrating 1,000,000 nights booked. Letöltve: 2016.06.16. <http://blog.airbnb.com/airbnb-celebrates-1000000-nights-booked/>
- AIRBNB** (2016/a): Rólunk. Airbnb. Letöltve: 2016.05.23. <https://www.airbnb.hu/about/about-us>
- AIRBNB** (2016/b): What are guest service fees? Letöltve: 2016.05.25. <https://www.airbnb.com/help/article/104/what-are-guest-service-fees>
- AIRBNB** (2016/c): What are host service fees? Letöltve: 2016.05.25. <https://www.airbnb.com/help/article/63/what-are-host-service-fees>
- AIRDNA** – *AIRBNB DATA AND ANALYTICS* (2016): Letöltve: 2016.06.21. https://www.airdna.co/city/hu/budapest?report=hu_budapest
- BAKER, M. B.** (2015): Barclays: Airbnb usage to surpass hotel cos., but not for business travel. Letöltve: 2016.06.20. <http://www.businesstravelnews.com/Hotel-News/Barclays-Airbnb-Usage-To-Surpass-Hotel-Cos-But-Not-For-Business-Travel>

- BOTSMAN, R. – ROGERS, R.** (2011): What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: Harper Business.
- BUDAPEST BUSINESS JOURNAL** (2015): Airbnb says it doesn't hurt hotels. Letöltve: 2016.06.21. http://bbj.hu/special-report/airbnb-says-it-doesnt-hurt-hotels_100795
- CERVERO, R. – GOLUB, A. – NEE, B.** (2007): City CarShare: Longer-Term Travel Demand and Car Ownership Impacts. Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board, 1992. pp. 70-80.
- CHEN, Y.** (2009): Possession and Access: Consumer Desires and Value Perceptions Regarding Contemporary Art Collection and Exhibit Visits. Journal of Consumer Research, 35. pp. 925-940.
- CHERNEY, M. A.** (2015): Expedia at record high, even as Airbnb nips at heels. Letöltve: 2016.06.20. <http://www.investors.com/news/technology/expedia-calls-airbnb-immaterial-to-q3-earnings/?ven=djcp&src=aurlabo>
- CUSUMANO, M. A.** (2015): How Traditional Firms Must Compete in the Sharing Economy. Communications of the ACM, 58. pp. 32-34.
- CZIRFUSZ M. – HORVÁTH V. – JELINEK CS. – PÓSFAL ZS. – SZABÓ L.** (2015): Gentrification and rescaling urban governance in Budapest-Józsefváros. Intersections. East European Journal of Society and Politics, 1. pp. 55-77.
- DUDÁS G. – BOROS L. – PÁL V. – PERNYÉSZ P.** (2016): Mapping cost distance using air traffic data. Journal of Maps, 12. pp. 695-700.
- EDELMAN, B. – LUCA, M.** (2014): Digital Discrimination: The Case of Airbnb.com. Harvard Business School working Paper 14-054.
- GSV CAPITAL** (2014): Rising rent. Letöltve: 2016.06.20. <http://gsvcap.com/saas/rising-rent/>
- GUTTENTAG, D.** (2015): Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. Current Issues in Tourism, 18. pp. 1192-1217.
- IKKALA, T. – LAMPINEN, A.** (2014): Defining the Price of Hospitality: Networked Hospitality Exchange via Airbnb. *CSCW'14 Companion*, Feb. 15-19 2014, Baltimore, MD, USA ACM 978-1-4503-2541-7/14/02. <http://dx.doi.org/10.1145/2556420.2556506>
- KOVÁCS Z. – WIEßNER, R. – ZISCHNER, R.** (2013): Urban renewal in the inner city of Budapest: Gentrification from a post-socialist perspective. Urban Studies, 50. pp. 22-38.
- LAW, R. – DENIZCI GUILLET, B. – LEUNG, R.** (2010): An analysis of the lowest fares and shortest durations for air-tickets on travel agency websites. Journal of Travel and Tourism Marketing, 27. pp. 635-644.

- LAW, R. – LEUNG, R. – LEE, H. A.** (2011): Temporal Changes of Airfares Toward Fixed Departure Date. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28. pp. 615-628.
- LAWLER, R.** (2013): Airbnb tops 10 million guest stays since launch, now has 550,000 properties listed worldwide. Letöltve: 2016.06.20. <https://techcrunch.com/2013/12/19/airbnb-10m/>
- LEISMANN, K. – SCHMITT, M. – ROHN, H. – BAEDEKER, C.** (2013): Collaborative Consumption: Towards a Resource-Saving Consumption Culture. *Resources*, 2. pp. 184–203.
- LUCA, M. – ZERVAS, G.** (2013): Fake it till you make it: reputation, competition and Yelp review fraud. Harvard Business School, Working Paper. Letöltve: 2016.07.26. <http://people.hbs.edu/mluca/Papers%20on%20RIS/FakeItTillYouMakeIt.pdf>
- MANDELL, N.** (2013): Airbnb doubled number of listings in 2012. Letöltve: 2016.06.20. <http://www.fastcompany.com/3005629/where-are-they-now/airbnb-doubled-number-listings-2012>
- MARTIN, E. – SHAHEEN, S. A. – LIDICKER, J.** (2010): Impact of Carsharing on Household Vehicle Holdings. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, 2143. pp. 150-158.
- MICHALKÓ G.** (2013): *Turizmológia*, Akadémiai Kiadó, Budapest
- MUDALLAL, Z.** (2015): Airbnb will soon be booking more rooms than the world's largest hotel chains. Letöltve: 2016.06.20. <http://qz.com/329735/airbnb-will-soon-be-booking-more-rooms-than-the-worlds-largest-hotel-chains/>
- PWC – PRICEWATERHOUSECOOPERS** (2015a): Osztogatnak vagy fosztogatnak? – A sharing economy térnyerése. Letöltve: 2016.05.23. http://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/sharing_economy_ternyerese.html
- PWC – PRICEWATERHOUSECOOPERS** (2015b): *The sharing economy*. Consumer Intelligence Series. Letöltve: 2016.05.23. <http://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/sharing-economy.html>
- RAO, L.** (2009): Y combinator's Airbed and Breakfast casts a wider net for housing as AirBnB. Letöltve: 2016.06.20. <https://techcrunch.com/2009/03/04/y-combinators-airbed-and-breakfast-casts-a-wider-net-for-housing-rentals-as-airbnb/>
- SEAMANS, R. – ZHU, F.** (2013): Responses to Entry in Multi-Sided Markets: The Impact of Craigslist on Local Newspapers. *Management Science*, 60. pp. 476-493.

- SPERLING, G.** (2014): How Airbnb Combats Middle Class Income Stagnation. Letöltve: 2016.06.21. http://www.cedarcityutah.com/wp-content/uploads/2015/07/MiddleClassReport-MT-061915_r1.pdf
- TAYLOR, C.** (2012): Airbnb Hits Hockey Stick Growth: 10 Million Nights Booked, 200K Active Properties. Letöltve: 2016.06.16. <https://techcrunch.com/2012/06/19/airbnb-10-million-bookings-global/>
- THE ECONOMIST** (2012): Mi casa, su cash. Letöltve: 2016.05.23. <http://www.economist.com/blogs/babbage/2012/07/online-house-sharing>
- THOMAS, O.** (2012): Airbnb Has Booked 10 Million Nights, Not All of Them Legally. Letöltve: 2016.06.16. <http://www.businessinsider.com/airbnb-10-million-nights-milestone-2012-6>
- TUDDYADIAH, I. P. – PESONEN, J.** (2015): Impacts of peer-to-peer accomodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*. pp. 1-19.
- WINKLER, R.** (2015): Airbnb raises over \$100 million as it touts strong growth. Letöltve: 2016.06.20. <http://www.wsj.com/articles/airbnb-raises-over-100-million-as-it-touts-strong-growth-1448049815>
- WINKLER, R. – MACMILLAN, D.** (2015): The secret math of Airbnb's \$24 billion valuation. Letöltve: 2016.06.20. <http://www.wsj.com/articles/the-secret-math-of-airbnbs-24-billion-valuation-1434568517>
- WORTHAM, J.** (2011): Room to Rent, via the Web. *The New York Times*. Letöltve: 2016.05.23. http://www.nytimes.com/2011/07/25/technology/matching-travelers-with-rooms-via-the-web.html?_r=0
- ZERVAS, G. – PROSERPIO, D. – BYERS, J.** (2016): The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry (January 27, 2016). Boston U. School of Management Research Paper No. 2013-16.
- ZOOK, M. – BRUNN, S.** (2006): From podes to antipodes: Positionalities and global airline geographies. *Annals of the Association of American Geographers*, 96. pp. 471-490.
- ZUKIN, S. – LINDEMAN, S. – HURSON, L.** (2015): The omnivore's neighbourhood? Online restaurant reviews, race and gentrification. *Journal of Consumer Culture*, 0. pp.1-21.