

LINK: <https://www.edutus.hu/cikk/airbnb-megoldas-vagy-problemaforras/>

AIRBNB: MEGOLDÁS VAGY PROBLÉMAFORRÁS? **Airbnb: a solution or a source of problems?**

DR. PAPP VANDA, egyetemi docens Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem
e-mail: papp.vanda@uni-bge.hu

FRISS DÓRA egyetemi hallgató, Budapesti Műszaki Egyetem GTK
e-mail: frissdori32@gmail.com

DR. VERES ISTVÁN, egyetemi adjunktus, Budapesti Műszaki Egyetem GTK
e-mail: veres.istvan@gtk.bme.hu

DOI: [10.47273/AP.2025.34.4-16](https://doi.org/10.47273/AP.2025.34.4-16)

ABSZTRAKT

A tanulmány célja az Airbnb pozitív és negatív oldalának bemutatása. Pozitívnak tekinthető, hogy az utazni vágyók szobákat vagy egész lakásokat is bérbe tudnak venni hosszabb-rövidebb távra, továbbá az is, hogy ezek nem uniformizáltak, ezért mindenki megtalálhatja a saját stílusának megfelelőt. Sok esetben olcsóbbak a hagyományos szállodáknál, amely szintén motivációt jelenthet az utazóknak. Tekintve, hogy az Airbnb P2P rendszerben online piactér modellel működik, a bizalom kérdése kulcsfontosságú, ugyanakkor a környezetnek is előnyös ez a típusú szolgáltatás. Azt is ki kell emelnünk, hogy ezáltal a turisták könnyebben kapcsolatba tudnak lépni a helyiekkel, így jobban meg tudják ismerni a fogadó ország/város kultúráját. Negatív hatásnak tekinthetjük az Airbnb lakáspiacra gyakorolt hatását, hiszen sokan befektetési céllal vásárolnak ingatlant, ami jelentősen átalakíthatja a lakáspiacot: az eladó lakások kínálati piaca szűkül, mely az albérleti díjak emelkedéséhez vezethet. Szintén negatívum, hogy nincs egységes szabályozási rendszer. Párizsban és Londonban sikerült valamiféle megoldást találni, és Budapesten is történt előrelépés az ügyben.

ABSTRACT

The aim of the study is to present the positive and negative aspects of Airbnb. On the positive side, travellers can rent rooms or entire apartments for longer or shorter periods, and there is no uniformity, so everyone can find a solution to suit their style. In many cases they are cheaper than traditional hotels, which can also be a motivation for travellers. As the P2P system operates as an online marketplace model, the issue of trust is of key importance. However, the environment also benefits from this type of service.

It should also be pointed out that it allows tourists to interact more easily with the locals, so that they can get to know the culture of the host country/city better. A negative effect could be the impact of Airbnb on the housing market, as many people buy property as an investment, which could significantly transform the housing market: the supply market for homes for sale is shrinking, which could lead to higher rents. Another negative factor is the lack of a uniform regulatory regime. Some solutions have been found in Paris and London, and there is some progress in Budapest Hungary, too.

Bevezetés

Napjainkban az Airbnb sok publicitást kap, sokan támogatják, és sokan kritizálják, tanulmányok és kutatások foglalkoznak a fenntarthatóságra, a fenntartható turizmusra és a sharing economy-ra gyakorlat hatásával. Tanulmányunkban először röviden kitérünk a megosztásos gazdaság, azaz a „sharing economy” koncepciójára, ezt követően elemzzük az Airbnb gazdasági hatásait, valamint az Airbnb makrogazdaságra gyakorolt hatását és a peer-to-peer platformok jelentőségét is tárgyaljuk. Szintén a kutatás tárgyát képezte az Airbnb kapcsolata a fenntartható turizmussal, illetve az utazások alatti környezettudatos viselkedés vizsgálata. Emellett szintén nem hagyhattuk figyelmen kívül az Airbnb szabályozás kérdéskörét, mind az Európai Unió, mind Magyarország szempontjából, valamint Budapest jövőbeni lehetőségeinek vizsgálatát.

A peer-to-peer szálláshelyek piaca óriásit nöött az elmúlt évtizedben, így két vezető vállalat jött létre a területen, az Airbnb és a Homeaway (Ert and Fleischer, 2019). A 2008-ban alapított Airbnb már 2019-ben több mint kétmillió adatlappal rendelkezett 191 országban, melyet több mint 600 000 házigazda kínált (Ert and Fleischer, 2019). Ma már 5 millió feletti házigazda 8 millió szálláslehetőséget ajánl a platformon a 150 millió érdeklődőnek (Woodward 2024) több, mint 100 ezer városban. Az iproperty management adatai szerint 2024-ben a szolgáltatást használók 36% 35 évnél fiatalabb és 54%-uk nő (ipropertymanagement.com). Az applikációt 100 milliónál is több felhasználó töltötte le 2025. áprilisáig a Play Áruház szerint.

A 2006-ban alapított Homeaway – 2020 óta Vrbo – több mint egymillió bejegyzéssel rendelkezik 190 országban, főként az USA-ban és Kanadában népszerű 2022-ben közel 16 millió látogatója volt és 15 millióan töltötték le az applikációt (Curry 2024). 2025-ben 11,4%-os csökkenés következett be, amely 11,6 millió letöltést jelent. A felhasználók több mint fele 35 évnél fiatalabb (Curry 2025).

Az Airbnb következetesen hangsúlyozza, hogy az emberek az otthonuk „megosztásával” kötődési élményeket teremtenek. A Homeaway jobban összpontosít az ingatlanok minőségére a „többet kap kevesebbet fizet” megközelítés szerint. Ez a szemlélet még a vállalatok terminológiájában is tükröződik, az Airbnb a „házigazdák” és a „vendégek”, míg a Homeaway a „tulajdonosok” és „utazók” fogalmakat használja (Ert and Fleischer, 2019).

Sharing economy és az Airbnb

Az Airbnb-vel kapcsolatban mindenképp meg kell említeni a sharing economy fogalmát, hiszen az Airbnb is ebbe a koncepcióba tartozik.

Ma már léteznek bizonyos szolgáltatások, melyek alternatívát jelenthetnek a hagyományos szállásokkal vagy utazásokkal szemben. Ezek a szolgáltatások a közösségi gazdaság (sharing economy) keretei között jöttek létre. A közösségi gazdaság fogalmát nem egyszerű definiálni, a szakértőknek sincs egységes meghatározása, kutatásunk során a német Bundestag értelmezését vesszük alapul.

A megosztási gazdaság (más néven „megosztott gazdaság” vagy „részesedés gazdasága”) szó szerint „megosztás gazdaságát” jelenti, és az áruk közös felhasználását jelenti megosztás, csere, kölcsönadás, bérbeadás vagy ajándékozás, valamint szolgáltatások nyújtása révén (Deutscher Bundestag, 2015). Világszerte egyre többen lelkesednek e gondolatért, amely gyakran fogyasztás- és növekedéskritikus attitűdön alapul. Fontos cél a meglévő kapacitások jobb kihasználása, az erőforrás-felhasználás csökkentése, valamint a társadalmi kapcsolatok és kohézió növelése a társadalomban.

A nyilvános társadalmi vita jelenleg leginkább a közlekedési és turisztikai szektorban nyújtott kereskedelmi közvetítő szolgáltatásokra („platformokra”) összpontosít, ilyenek például a rövid távú autóbérlés, az úgynevezett „car sharing”, taxiszerű vezetési szolgáltatások, mint például az „Uber” vagy az „Airbnb” szállásplatform (Deutscher Bundestag, 2015).

Leegyszerűsítve ez a koncepció arról szól, hogy az emberek hasznosítják a nem, vagy ki nem használt forrásait – például lakás, gépjármű – és ezzel tesznek szert bizonyos jövedelemre, ami kedvező nekik. Ez a szituáció a másik fél számára is kedvező, mert ő olcsóbban jut hozzá. A peer-to-peer (P2P) piacterek gyors növekedése megkönnyítette a tartós fogyasztási cikkek rövid távú bérbeadását, és ezzel létrehozta az úgynevezett „megosztási gazdaságot” (He et al., 2021).

A szolgáltatás, amely a turizmusban meghatározó sharing economy forma, az Airbnb szálláshely szolgáltató. A vállalat lényegében egy szállásközvetítő, rendelkezik egy saját honlappal/platformmal, ami megteremti az utazók és az ingatlannal rendelkező emberek kapcsolatát (Kenesei–Cserdi, 2018). Ennek segítségével az utazni vágyók akár hosszabb vagy rövidebb ideig tudnak bérelni egy lakást, több esetben olcsóbban, mint egy hagyományos szálláshelyen, erről még a későbbiekben lesz bővebben szó. Az elvárások szerint az Airbnb úttörő szerepet tölthet be a sharing economy vezetésében, valamint abban is, hogy teljes mértékben hozzájáruljon a fenntartható fejlődéshez (Garrod et al, 2023).

Összefoglalásképpen ki kell emelni, hogy ez a fajta szolgáltatás nagyban befolyásolja az egész turizmus iparát. Gyakran olcsóbb, mint a hagyományos lehetőségek, illetve az emberek között egyfajta kapcsolatot teremt, ami abból a szempontból előnyös, hogy az utazók jobban meg tudják ismerni a célország kultúráját.

Az Airbnb és a gazdasági hatásai

Az Airbnb gazdasági hatásai számos vita tárgyát képezik a tudományos kutatások során. Az Airbnb kölcsönösen előnyös tulajdonságait tekintik az egyik fő oknak a népszerűsége mögött, vagyis az Airbnb által kínált potenciális gazdasági, társadalmi és kulturális előnyök vonzzák a vendégeket és a házigazdákat a platformhoz. A bérek, a lakásárak és a GDP befolyásolhatja a házigazdák motivációját, hogy bérbe adják ingatlanjaikat az Airbnb-n keresztül, hogy további bevételeket szerezzenek (Dogru et al., 2020).

Az Airbnb-egységek lakóingatlanokból állnak, ahol a házigazda kiadhatja az egész otthont, egy privát szobát vagy egy közös szobát. A szállodaipar számára fontos, hogy megértse annak a stratégiai következményeit, hogy az Airbnb piactereként működik, összekötve a szállásadókat és a szálláskeresőket, hiszen az Airbnb kínálatának túlnyomó része (70,1%) teljes lakásokból áll (Dogru et al., 2019a) és ezzel erős versenytársai a hoteleknek. Fontos, hogy a szállodák vezetői felismerjék, hogy a hoteleknél az árak csökkentése sem rövid, sem hosszú távon nem jelent megoldást arra, hogy az Airbnb szálláspiaci részesedését csökkentsék (Dogru et al., 2019a), ehelyett inkább arra kellene összpontosítaniuk, hogy felejtetetlen élményeket nyújtsanak a vendégeknek.

A házigazdáknak, azaz hostoknak az elsődleges motivációjuk arra, hogy kiadják a lakásukat, az, hogy pluszjövedelemre tegyenek szert, különösen akkor, ha költségek is emelkednek. Amikor az ingatlanárak és a megélhetési költségek is emelkednek, az Airbnb bérleti díjai is emelkednek, hiszen a hostok a magasabb Airbnb díjakból szerzett bevételből szeretnék fedezni a megemelkedett költségeiket. Ilyenkor értelemszerűen megnőhet a hostok motivációja is, hogy kiadják ingatlanjaikat.

A gazdasági expanzió időszakában, amikor a gazdaság bővül, a vállalkozások virágoznak, és az alkalmazottak bére és fizetése emelkedik, a munkanélküliség pedig csökken, az emberek utazási hajlandósága is emelkedik. Ha egy terület GDP-je növekszik, akkor a megélhetési költségek is emelkednek, és ennek következtében nő a motivációjuk az Airbnb ingatlanok bérletére (Dogru et al., 2020).

Meg kell jegyezni, hogy az általános makrogazdasági változók hatása az Airbnb kínálatára is várhatóan valamilyen hatással lesz. Egyrészt ésszerű feltételezni, hogy a munkanélküliség csökkenésével, valamint a GDP és a bérek növekedésével az Airbnb-kínálat is növekszik majd. Ezek az elvárások összhangban vannak azon tendenciával, hogy az emberek többet utazzanak, amikor a gazdaság virágzik, ami nagyobb kereslethez vezet a szállások, köztük az Airbnb iránt. Lehetséges azonban, hogy a jelenlegi és potenciális Airbnb-házigazdák is profitálnak az erősebb gazdaságból, és így nem kell további bevételt generálniuk az Airbnb-n keresztül, azaz megnövekedett a bevételük, így az Airbnb házigazdái nem biztos, hogy hajlandóak feltüntetni ingatlanaikat az Airbnb-n, mivel nincs szükségük extra bevételi forrásra. Így az általános gazdasági feltételek és az Airbnb térnyerése között fordított összefüggés figyelhető meg (Dogru et al., 2020).

Az ingatlanárak és a bármely típusú Airbnb szállás közötti erős pozitív kapcsolat Dogru és munkatársainak (2020) kutatása szerint azt mutatja, hogy a hostok fő motivációja arra, hogy szállást adjanak ki az, hogy csökkentsék a magas lakásárak okozta pénzügyi terheket. Amikor a lakásárak folyamatosan emelkednek, egy teljes lakás megvásárlása és bérbe adása befektetésnek tekinthető, különösen, ha az ingatlan prémium lokációval rendelkezik.

Benítez-Aurioles, és Tussyadiah (2020) azt vizsgálta, hogy az Airbnb hogyan hat az ingatlanárakra és a bérleti díjakra Londonban. Kutatásaikban megállapították, hogy az ingatlanárak növekedésére pozitív hatással van az Airbnb megjelenése, míg a hosszú távú lakásbérletek díjánál ez a hatás kevésbé szignifikáns. Az új bevételi lehetőség valószínűleg pozitív hatással van az ingatlantulajdonokra is, hiszen növekszik a lakásuk értéke. Természetesen további kutatások szükségesek ahhoz, hogy feltárják, melyik társadalmi vagy demográfiai csoport profitál leginkább ebből a lehetőségből, illetve hogy ez az iparág csökkenti-e az egyenlőtlenségeket a társadalmi befogadás révén, vagy szimplán még több vagyont szereznek általa azok, akik ingatlanba fektetnek be.

Az Airbnb modell megjelenése után a hatóságok nem tudtak olyan gyorsan lépést tartani a változásokkal, ami a lakáspiacon jelentős érzelmeket keltettek (Előd, 2020). Több európai nagyvárosban maximalizálták az éjszakákat, Párizsban 120 napban maximalizálták ezeket. De történtek ennél szigorúbb szabályozások is, mint például Londonban, ahol ez 90 nap (Előd, 2020).

Németh (2023) cikke szerint „az Airbnb tavaly könyvelte el az első éves nyereségét, amit főleg a negyedik negyedéves bevételek felfutásának köszönhet. A 2021-es 352 millió dolláros veszteség után 2022-ben 1,9 milliárdos nyereséget ért. el” (Németh 2023). Ez a nyereség még a szakértői előrejelzéseknél is magasabb volt. 2022 utolsó negyedévének nyeresége 24%-kal magasabb volt, mint 2021-ben (Németh, 2023). A szerző a cikkében megemlíti, hogy az utazni vágyók idén az olcsóbb lehetőségeket keresik, de az elemzők az első negyedévre így is 1,75 és 1,82 milliárd dollár bevételt várnak (Németh, 2023).

A Peer-to-Peer platform jelentősége

A peer-to-peer piacterek és a megosztási gazdaság számos piacot átalakítanak (He et al., 2021). Az Airbnb sok ügyfél számára vonzó a nem szabványosított, változatos választéka és a szállodákhoz képest kiváló értéke miatt, ugyanakkor az Airbnb-tulajdonok nagyobb bizonytalansággal járnak, mint a szállodák. A P2P piacterek kényelme lehetővé teszi a kis cégek számára, hogy hatékonyan versenyezzenek nagyobb szolgáltatókkal, így a megosztási gazdaság jelentősen befolyásolja a fogyasztói magatartást. Láthattuk, hogy az Airbnb a vendéglátóiparon túl is befolyásolja a lakásárakat és a bérleti díjakat, és mivel az Airbnb platform százalékos díjat szed be a sikeres foglalások után, így erősen motiválja házigazdákat arra, hogy ingatlanjaikat szép fotókkal mutassák be, hiszen ez a szálláshely promotálásának leghatékonyabb eszköze (He et al., 2021).

Az Airbnb sokak szerint a vezető P2P szálláshely-üzletág (Ert and Fleischer, 2019). Ahogy az Airbnb az évek során növekedett, vezetése szükségesnek találta, hogy olyan változtatásokat hajtson végre a platformon, amelyek nyilvánvalóan segítették őket piaci részesedésük növelésében a világ szálláspiacaiban. Folyamatosan és fokozatosan változtatták az Airbnb márkajelzését és bizalmi mutatóit. A peer-to-peer tranzakciók jellemzően aszimmetrikus információkhoz kapcsolódnak, vagyis olyan helyzetekben, amikor az egyik fél több vagy jobb információval rendelkezik, mint a másik a gazdasági tranzakció tárgyát illetően. A hagyományos üzleti és fogyasztói (B2C) szálláspiaccok (szállodák webhelyei) egyoldalú minősítési rendszert alkalmaznak, amelyben a vendégek értékelik a szállodákat, viszont a szállodák nem véleményezik a vendégeiket. Ezzel szemben a P2P szálláspiaccok kétoldalú minősítési rendszert használnak, amelyben a vendégek értékelik a házigazdákat és fordítva (Ert and Fleischer, 2019). A kétoldalú minősítés bevezetése megfelelő a P2P piacokon, tekintettel a szolgáltatás típusára.

A P2P kétoldalú értékelési rendszerében a szállásadóknak sokkal több veszténivalójuk van a nem megfelelően viselkedő (pl. a bűrtort összetörő) vendégek értékelései miatt, mint a hoteleknek, és sokkal kevesebb lehetőségük, hogy ezekkel érdemben foglalkozzanak. Ráadásul a kétoldalú rendszer lehetőséget teremthet a megtorlásra, ami viszont az egész rendszert kevésbé informatívvá teheti. Az Airbnb lehetővé teszi az emberek számára, hogy nyilvános és privát visszajelzéseket is küldjenek. A privát visszajelzések bevezetése lehetőséget ad arra, hogy a nyilvánosság elől rejtett negatív visszajelzések hagyjanak. Érdemes megemlíteni, hogy az Airbnb-nek nem érdeke az értékelési pontszámok jelentős csökkentése, mivel ezek fontos bizonyítékot szolgáltatnak az Airbnb-szállások minőségéről (Ert and Fleischer, 2019). Az online peer-to-peer piacok működése erősen függ a teljesen idegenek közötti bizalomtól. Következésképpen az olyan vállalatok, mint az Airbnb, jelentős erőforrásokat fektetnek be, hogy elősegítsék piacaikon a bizalom kialakulását, elsődlegesen vizuális eszközön keresztül (Ertl et al, 2016, Ert and Fleischer, 2019).

Az Airbnb weboldal tanulmányozása során megállapíthatjuk, hogy az Airbnb lakások/szobák között nincsen két egyforma, hiszen a lakás tulajdonosa a saját ízlésének megfelelően rendezi azt be. Vélhetően ez az egyik nagy előnye, hogy mindegyik helyiség egyedi és nem uniformizált, azonban ez rejti a legnagyobb rizikófaktort is, ezért érdemes az Airbnb platform által jóváhagyott képeket nézni, mert ott tényleg az kapjuk, amit fotón láttunk. A hotelek többségében csak egy szobát lehet bérelni, ami sok esetben minimalista és semleges színeket tartalmaz. Valamint a hotelszobák a legtöbb esetben standardizáltak. Előnyük, hogy ebben az esetben csalódnai sem igazán lehet bennük.

Az Airbnb és a fenntartható turizmus

Ebben a fejezetben kitérünk az Airbnb és a fenntartható turizmus kapcsolatára, hiszen ez a téma kiemelten fontos, a turizmus majdnem minden ország gazdasági szerkezetének meghatározó részét képezi. Gyorsan változó világunkban a természet megőrzése ma fontosabb, mint valaha, ez a fenntartható turizmus koncepciójának alapja. Az Airbnb a fenntartható turizmus egyik megvalósulásának formája, ez lényegében arról szól, hogy a ki nem használt lakásokat vegyük bérbe és – durván leegyszerűsítve – ezáltal kevesebb szállodát kell építeni, ami előnyös a környezetnek.

A vendéglátóiparon belül az Airbnb a szálláságazat jelentős bomlasztója. Vannak arra utaló bizonyítékok, hogy az Airbnb kedvezőtlen gazdasági hatással van erre az ágazatra, mert a látogatók keresletüket a hagyományos szálláshelyekről az Airbnb-megoldások felé helyezik át (Dogru et al., 2019b). A vendéglátás, a turizmus és a szabadidős iparágak különböző ágazatai közötti gazdasági kapcsolatok – például éttermek, bárók, látnivalók, szórakozás, valamint a helyi művészet és kézművesség – azt jelentik, hogy a közösségben (további) Airbnb-vendégek vagy házigazdák által elköltött minden pénz anyagi haszonnal jár a vállalkozások és helyi lakosok számára. Például egy Airbnb-vendég pénzt költ a szállás bérletére, ami bevételt biztosít az ingatlan tulajdonosának, aki viszont felvehet egy szomszédot vagy valaki mást a közösségből háztartási és általános karbantartási munkára, így további munkahelyeket és jövedelmet teremthet (Dogru et al., 2019b), többek között azzal, hogy függetlenül a szállás típusától, a látogatók valószínűleg pénzt költenek a helyi éttermekben és bárókban is. Így az Airbnb-kínálat relatív hatása az élelmiszer- és itálágazatra kisebb, mivel a látogatók megnövekedett költsége és az ebből eredő foglalkoztatási előnyök a szállásoknak tudhatók be, típusuktól függetlenül, beleértve a peer-to-peer és az alternatív szállásokat is (Dogru et al., 2019b).

Tekintettel arra, hogy a P2P szállásmegosztási szektor világszerte hatalmas méretű, a P2P szállással kapcsolatos potenciális hozzájárulás a fenntartható fejlődéshez jelentős lehet (Garrod et al., 2023).

Zöld viselkedés

Gyakran látjuk vagy akár tapasztaljuk azt, hogy máshogy viselkedünk otthon a szokásos környezetünkben, mint akkor, amikor nyaralni megyünk egy teljesen más környezetbe. Például van olyan, aki otthon mindent szelektíven gyűjt és igyekszik környezettudatosan élni, viszont amikor elutazik, akkor ennek lényegében teljesen ellentétét tapasztalhatjuk; azonban ennek a példának létezik az ellentéte is, amikor lényében egy másik ország/város/kultúra megismerése révén az ember elkezd sokkal jobban figyelni a környezetre. Nyaralás közben az utazók többségének esetében még nem jellemző a “zöld viselkedés”.

Az intrinzik (belső indíttatású) motivációk olyan struktúrákhoz kötődnek, mint az erkölcs, az értékek és a kötelezettség, például, amikor a fenntarthatóságról van szó, valaki környezetbarátan viselkedik, mert erkölcsileg helyesnek tartja, hogy ezt az emberiség érdekében tegye, mert értékeli a Földet, és meg akarja őrizni erőforrásokat vagy azért, mert úgy érzi, hogy kötelezettséget érez a jövő generációi iránti. Az ilyen belső motivációk gyakran a viselkedés belső normáinak termékei, amelyek az egyénre jellemzőek.

Az extrinzik (külső) motivációk olyan ösztönzőket tartalmaznak, mint a pénz, a státusz és a hatalom. Ami a fenntartható turisztikai magatartást illeti, sok turistát kézzelfogható pénzügyi ösztönzők motiválnak, például kedvezmények, kuponok vagy hűségpontok, amelyek ösztönzik a környezettudatosságot. Mások azért vesznek részt a fenntarthatósági kezdeményezésekben, hogy ezáltal szerezzenek hatalmat és státuszt.

Amikor a belső és külső motivációk ellentétben állnak egymással, az egyes motivációk hatékonyságát az úticél képe befolyásolja (Line et al 2018:296-309). Ha egy város az úticél, akkor a belső motivációk nem lesznek olyan erősek, mivel a környezeti elemek nem kiemelkedőek. Ugyanakkor, ha a város image-e környezettudatos, ez nagyban ösztönzi az utazókat is a környezetbarát viselkedésre (Chiu et al 2013).

Baker és kutatótársai (2014) megállapították, hogy a szándékot, hogy valaki környezetbarát szálláson lakjon, nagyban befolyásolja, hogy nem szeretne többet fizetni a „zöld” szállásért, valamint az is, ha kényelmetlenebb vagy kevesebb luxus jár vele. Line és Baker (2016) megállapították, hogy ha egy hotel „zöld”, azt feltételezik róla, hogy kevesebb luxussal rendelkezik, míg Miao és Wei (2016) arra a következtetésre jutott, hogy az emberek akkor viselkednek a legkevésbé környezettudatosan, ha saját kényelmükről van szó.

A normatív célok motiválják az embert arra, hogy olyan módon cselekedjenek, amely megfelel a saját belső, a társadalmi vagy elvárásaiknak, vagy a társadalom nyomásának megfelelően. Ha túl sok a motivációs kényszer, akkor ezek a költséges ösztönzők a jövőben a környezetbarátabb magatartás csökkentéséért is felelősek lehetnek és ezért nem feltétlenül szükségesek elsősorban. A fenntarthatóság esetén a nyereségi célok motiválhatják az egyéneket, hogy részt vegyenek a környezettudatos viselkedésben. Azonban a nyereségcélok a zöld viselkedés visszatartását is szolgálhatják, amikor a zöld vásárlás negatív hatással lesz a pénzügyi forrásokra (Huang et al 2014). Ha a környezetbarátabb termék drágább, mint egy hagyományos termék megvásárlása, akkor a nyereségalapú motivációk visszatartják a zöld lehetőséget az olcsóbbak javára, így a kevésbé környezetbarát termék kerül megvásárlásra.

Az Airbnb a környezetvédelmi elvekkel összhangban támogatni próbálja a lakástulajdonosokat (Muciri 2023) abban, hogy környezetbarát alapanyagokat használjanak az ingatlan berendezésekor, valamint fenntartható megoldásokra törekedjenek, például energiatakarékos világításra, a hulladék csökkentésére és szelektív gyűjtésre, ami ösztönző lehet többeknek a szálláshely kiválasztásánál, hiszen nem kell lemondani az apróbb luxusokról a környezetvédelem javára. Garrod és szerzőtársai (2023) megvizsgálták, hogy a környezettudatosság és a fenntarthatóság milyen szerepet kap abban, hogy a vendégek az Airbnb-t válasszák a hotelszobák helyett, illetve a későbbiekben lojálisak maradjanak a platformhoz. Kutatási eredményeik rávilágítottak arra, hogy főként a fiatalabb generációk esetében az intrinzik motivációk erősebbek, a fenntarthatóság pedig fontos szerepet játszik abban, hogy a felhasználók visszatérjenek a szálláshelyre vagy ajánlják azt másoknak is.

Az Airbnb jogi szabályozása az Európai Unióban és Magyarországon

Az Európai Uniót kihívás elé állította a rövidtávú lakás bérlet, hiszen eddig nem volt ilyen típusú szolgáltatás. Tanulmányunkban csak egy-két szabályra vagy momentumra szeretnénk kitérni, hiszen nem ez a témakör áll a fő fókuszban.

2019-ben az Airbnb együtt dolgozott az Európai Unió Bizottságával abból a célból kifolyólag, hogy jobban megfeleljen az uniós fogyasztóvédelmi törvényeknek és rendeleteknek. Ezen közös munka eredménye lett, hogy az Airbnb honlapján a teljes ár látható, amely tartalmazza az adókat, illetékeket és járulékokat. Továbbá a vendég azt is láthatja, hogy a szállást magánszemély vagy hivatásos szállásadó kínálja. Mindezek mellett az is bevezetésre került, hogy a vendég, ha valamilyen kár vagy sérelem éri, akkor a lakóhelye szerinti bírósághoz fordulhat. Az Airbnb vállalta, hogy nem változtatja meg a felhasználási feltételeket egyoldalúan, csak azután, miután a fogyasztókat is tájékoztatta a változásokról (Európai Unió Bizottsága, 2019).

Az Európai Unió Bírósága 2020-ban olyan döntést hozott, amely kiemeli, hogy „nem ütközik az uniós belső piaci szolgáltatási szabadságát garantáló irányelvekben, ha a tagállami hatóságok előzetes engedélyhez és ellenszolgáltatásokhoz kötik az Airbnb-típusú lakáskiadást”. „Más szóval a magántulajdon és a gazdasági szabadság iránt egyébként igen érzékeny Európai Unió – amelynek egész léte a tőke, áruk és szolgáltatások szabadságán alapszik – legfontosabb igazságszolgáltatató testülete úgy látja, a megfizethető lakhatás garantálása, a lakhatási válság felszámolása olyan közérdek, amely indokolhatja a rövid távú lakáskiadáshoz kapcsolódó tevékenységek szabályozását, korlátozását” (Pap, 2020). Ez azért is fontos, mivel ha a lakóhelyek szálláshellyé válnak, ez az ingatlanárak emelkedése mellett a lakosság szerkezeti átrendeződésével is jár, ami végül hagyományos városi élet torzulásához vezet (Csepely-Sulyok 2024).

Az Európai Unió Parlamentje és tagállami Tanácsa közösen 2023 novemberében egy új tervezetett fogalmazott meg, amellyel szabályozni akarják a rövid távú lakáskiadást (Márton, 2023). A kiadásra szánt lakásokat regisztrálni kell egy megadott platformon ezt követően a tulajdonos kapni fog egy regisztrációs számot, amivel a hatóságok és a felhasználók is azonosítani tudják az ingatlant (Márton, 2023). A tagállamok külön erre a célra létrehozhatnak egy weboldalt, ahova a nagy cégeknek, mint például az Airbnb vagy a Booking, havonta adatokat kell küldeniük (Márton, 2023). Ez a szabályozás még nincs érvényben, ugyanis az Európai Unió Parlamentjének és Tanácsának hivatalosan is el kell fogadnia, ez általában csak forma, azonban a jövő évi választások miatt sürgősnek tekinthető (Márton, 2023).

A magyarországi szabályozás

A rendszerváltozás után a törvények a helyi önkormányzatok kezébe adták Budapest lakásállományának turisztikai célú hasznosításának felügyeletét. Ez azonban jogszabályokhoz, adózáshoz és adatszolgáltatási kötelezettségekhez kötött. Mindezek által kormányrendelet szabályozza, hogy milyen mennyiségben lehet kiadni a szobákat egy ingatlanban. Adózás tekintetében nem számít, hogy magán vagy kereskedelmi típusú szálláshelyszolgáltatásról van-e szó. Az idegenforgalmi adót Budapest kerületi képviselő testületei maguk választhatják meg (Jancsik et al, 2018: 268-69). 2023-ban az infláció miatt az idegenforgalmi adó vendégként és éjszakánként hatszáz forint volt (Takács, 2022).

2020-ban a kormány gondolkodott abban, hogy egy új törvényt hoz, amiben lényegében minden budapesti kerületnek és városnak szabad kezét adna, hogy milyen feltételek és szabályok mentén teszik lehetővé a rövidtávú lakáskiadást. A tervezet szerint évi 120 napban maximalizálnák a rövid távú lakáskiadást, ami az érintettek szerint lényegében az Airbnb végét jelentené. Ez a javaslat pont az utóbbi miatt elég nagy felháborodást keltett, ebből kifolyólag a kormány ebben az formában elvetette ezt az ötletet, azonban konszenzus látszott kialakulni abban, hogy az önkormányzatok feladata lesz a szigorítás. Az viszont nyilvánvaló, hogy az eddigi enyhe szabályok után biztosan változás lesz, mivel ez egy olyan kérdés, amiben a politikai pártok is egyetértenek (Előd, 2020).

„Budapesten egyszerre van lakhatási válság és 10 ezer Airbnb lakás”, és komoly problémát okoz, hogy nincs elegendő lakás, ami miatt az albérletárak kiemelkedően magasak. Egyfajta megoldási kísérlet lehet, hogy a lakásokat nem rövid távra – Airbnb keretében –, hanem hosszabb távra adják ki a tulajdonosok. Mivel korábban a kormány lehetőséget adott az önkormányzatoknak, hogy szabályozzák, hány napra lehet kiadni a lakást Airbnb-n keresztül, Bábel (2023) értelmezése szerint, ha az önkormányzat ezt 90 napban maximalizálja, akkor a tulajdonos valószínűleg a legerősebb turista szezonra fog fókuszálni, majd utána keres olyan bérlőt, akinek hosszabb távon van szüksége az albérletre.

Az is egy lehetőség lehet, hogy az önkormányzatok még lejjebb viszik a napok számát és azzal, nagy valószínűséggel az Airbnb lakás kiadást be lehetne szüntetni (Bábel, 2023), azonban az önkormányzatoknak nem érdeke az Airbnb lakáskiadások megszüntetése, így jelenleg egyetlen önkormányzat sem él ezzel az eszközzel, amely jelentősen torzítaná is a piacot, hiszen a hotelekre és a hostelekre nem vonatkozik (Csepely-Sulyok 2024). 2023-ban Budapest VI. kerületében Terézvárosban, létrehoztak egy szabályrendszert, aminek mentén az Airbnb-ket működtetni lehet. A feltételek a következők: a társasháznak hozzá kell járulnia a rövid távú lakáskiadáshoz, az üzemeltetőnek meg kell adnia Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központban használt regisztrációs számát, a társasház házi rendjét angolul jó látható helyre ki kell helyezni, a bérbeadónak meg kell adnia a saját vagy más érdemben eljáró partner telefonszámát és a társasház lakóinak szolgálatára kell állnia a nap 24 órában, ha esetleg bármi probléma lenne, valamint poroltót kell kihelyeznie. Azonban ezt a feltételrendszert a Budapest Főváros Kormányhivatala akkor nem engedélyezte, mert a hivatal szerint ezek az intézkedések korlátozás jellegűek (Bábel, 2023), végül 2024. októberében a képviselőtestület megszavazta az szigorításokat. Ezek hatására elindult némi lakásárcsökkenés a kerületben (Előd 2024).

Mivel a rövidtávú lakáskiadást (STR) a kormány lakhatási kérdésként kezeli, a kormány Budapest területére szigorú szabályozást vezetett be 2025. januárjától 2026. végig. Ennek értelmében a magán szálláshelyek után fizetendő éves átalányadó négyszeresére emelkedett. Emellett új engedélyek kiadását két évig felfüggesztették (kormany.hu).

Összefoglalóan azt lehet elmondani, hogy hiába értenek egyet abban a politikusok, hogy változások szükségesek, hiába van meg az önkormányzatoknak a joga, hogy szabályokat hozzanak, azonban érdemi előrelépés és változás nem igazán történik. Volt rá példa a múltban, hogy egy-egy kerület szeretett volna valamilyen feltételrendszert létrehozni, viszont ez elutasításra került egy felsőbb hatalmi szervtől. A probléma továbbra is jelen van az Airbnb piacon, a szabályozási megoldásra azonban még várni kell.

Összegzés

A tanulmány főfókuszában az Airbnb áll, hiszen egy nagyon aktuális téma, évről évre nagyobb publicitást kapnak az ehhez kapcsolódó hírek, közvéleménykutatások. Az Airbnb egy olyan szállásközvetítő cég, ami egy online piactéren egyesíti a lakástulajdonosokat köti össze az utazni vágyókkal, ezért a bizalom kérdésköre kiemelten fontos. Ez erősen kapcsolódik a sharing economy koncepciójához, hiszen annak lényeges pontja, hogy a ki nem használt erőforrásokat másokkal megosztjuk, így felhasználjuk, ezzel teher mentesítve a környezetet.

Az Airbnb lényegében a fenntartható turizmus koncepciójának egyik megvalósulási formájának számít, hiszen ezáltal a turisták jobban megismerhetik az adott ország kultúráját, valamint több interakció jöhet létre a turisták és az ott lakók között. Az utazásaink során tanúsított viselkedés eltérhet az saját otthonunkban mutatott viselkedéstől, hiszen úgy vagyunk vele, hogy ez nem a mi otthonunk és a következményeket nem nekünk kell viselnünk.

Azonban nem szabad elmenni amellett, hogy az Airbnb lakásoknak komoly gazdasági hatásai is vannak, ilyen például az, hogy a lakhatási válságot okozhat. Hiszen az emberek lakásokat vásárolni befektetési céllal, hogy kiadják rövid távra a turistáknak, azonban ezáltal a lakáspiac szűkül az adott országban és az albérletárak szinte megfizethetlenné válnak, ami a lakosság átrendeződéséhez vezethet hosszabb távon.

Az Európai Unió is megpróbálta szabályozni az Airbnb kérdését, amely nem olyan egyszerű, viszont egy négy évvel ezelőtti szabályozásnak köszönhetően ma már az Airbnb együttműködik a fogyasztóvédelmi hatósággal, hogy még átláthatóbb legyen az egész rendszer és még inkább az utazók érdekét szolgálja.

Magyarország kétéves moratóriumot vezetett be Budapest területére, amely szigorítás a vidéki településeket nem érinti.

Az Airbnb lakások kiadása a pandémia utáni jelentős felfutást követően már mérséklődést tapasztalunk, még mindig sokan választják ezt a szállásformát. Valójában nem a bulinegyedben randalírozó legénybúcsús fiatalok csapatai, hanem a Dudás és társai (2020) által Közösségi Fogyasztókként definiált csoport, vagyis a desztinációt jobban megismerni vágyó, a helyekkel szívesen interakcióba lépő, személyesebb, a hotelnél otthonosabb és olcsóbb szállást kereső utazók lehetnek leginkább az Airbnb felhasználói.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Airbnb statistics (2025) <https://ipropertymanagement.com/research/airbnb-statistics> (hozzáférés ideje 2025. 04. 04.)

Az Airbnb szabályozás szigorítása a a budapesti lakhatási probléma megoldását szolgálja (2024) <https://kormany.hu/hirek/az-airbnb-szabalyozas-szigoritasa-a-budapesti-lakhatasi-problema-megoldasat-szolgajja> (hozzáférés dátuma 2025. 04. 04.)

Baker, M. A., E. A. Davis, and P. A. Weaver. (2014). “Eco-Friendly Attitudes, Barriers to Participation, and Differences in Behavior at Green Hotels.” *Cornell Hospitality Quarterly* 5 (1): 89–99 <https://doi.org/10.1177/1938965513504483>

Bábel, Vilmos (2023) Hiába fogadkoztak a kerületek, végül nem lett semmi az Airbnb-k visszaszorításából https://hvg.hu/itthon/20230804_Az_onkormanyzatok_harom_eve_korlatozhatnak_az_Airbnb_ejszakak_szamat_megsem_teszik (hozzáférés ideje 2024. 02. 25.)

Benítez-Aurioles, Beatriz; Tussyadiah, Iis (2020): What Airbnb does to the housing market, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103108> (letöltés ideje: 2023.09.22)

Chiu, Y.-T.H., W.-I. Lee, and T.-H. Chen. 2013. “Environmentally Responsible Behavior in Ecotourism: Exploring the Role of Destination Image and Value Perception.” *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 19 (8): 876–89 <https://doi.org/10.1080/10941665.2013.818048>

Continental Hotel Budapest - <https://continentalhotelbudapest.com/hu/standard-szoba> (hozzáférés ideje: 2023.11.13)

Csepely-Sulyok Georgina (2024) Ennyi volt, tényleg betiltanák a lakáskiadást Budapesten? Borul az ingatlanpiac, ha meglépik? Ennyi volt, tényleg betiltanák a lakáskiadást Budapesten: borul az ingatlanpiac, ha meglépik? (hozzáférés ideje 2025.02.04)

Curry, David (2024) Vrbo revenue and user statistics 2024 <https://www.businessofapps.com/data/vrbo-statistics/> (letöltés ideje 2024. 02. 25.)

Curry, David (2025) Vbro revenue and user statistics 2025 <https://www.businessofapps.com/data/vrbo-statistics/> (letöltés ideje 2025. 04. 04.)

Deutscher Bundestag (2015): Aktueller Begriff Sharing Economy, Wissenschaftliche Dienste, Nr. 13/15 (08. Juni 2015) - <https://www.bundestag.de/resource/blob/377486/21fc4300787540e3881dbc65797b2cde/sharing-economy-data.pdf> (hozzáférés ideje: 2023.11.12).

Dogru, Tarik et al. (2019a): Airbnb 2.0: Is it a sharing economy platform or a lodging corporation? - <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104049> (letöltés ideje: 2023.09.22)

Dogru, Tarik et al. (2019b): The Airbnb paradox: Positive employment effects in the hospitality industry - <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104001> (letöltés ideje: 2023.09.22)

Dogru, Tarik et al (2020): What caused the rise of Airbnb? An examination of key macroeconomic factors, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104134> (letöltés ideje: 2023.09.22)

Dudás, Gábor, Vida, Györgyi, Boros, Lajos (2020) Miért választják a turisták az Airbnb-t? Motivációs tényezők a magyar utazók körében In: Modern Geográfia 2020/II. pp 1-27
DOI: 10.15170/MG.2020.15.02.01
https://real.mtak.hu/136181/1/2020_II_01_dudasetal_v2_doi.pdf (hozzáférés ideje 2024. 02. 25.) <https://doi.org/10.15170/MG.2020.15.02.01>

Előd Fruzsina (2020): Budapest véget vethet az Airbnb-biznisz aranykorának - https://index.hu/gazdasag/2020/07/10/airbnb_rovid_tavu_lakaskiadas_szabalyozas_korlatozas_onkormanyzatok_szallodaipar_turizmus/?token=55ae0eda28b5298588476f198afec284 (hozzáférés ideje: 2023.11.12)

Előd Fruzsina (2024) Megszavazták: 2026-tól vége az Airbnb-zésnek Terézvárosban <https://telex.hu/gazdasag/2024/10/31/megszavaztak-2026-tol-vege-az-airbnb-zesnek-terezvarosban> (hozzáférés dátuma 2025.04.02)

Ert, Eyal, Aliza Fleischer, Nathan Magen (2016): Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb - <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517716300127> (hozzáférés ideje: 2024. 02. 25.) <https://doi.org/10.2139/ssrn.2624181>

Ert, Eyal; Aliza Fleischer (2019): The evolution of trust in Airbnb: A case of home rental - <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.01.004> (hozzáférés ideje: 2023.09.22) <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.01.004>

Európai Unió Bizottsága, 2019: Európai Bizottság – Sajtóközlemény: Unió's fogyasztóvédelmi szabályok: Az Airbnb együttműködik az Európai Bizottsággal és az unió's fogyasztóvédelmi hatóságokkal, és megelőzőben jeleníti meg ajánlatai - https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_19_3990 (hozzáférés ideje: 2023.11.05)

Garrod et al., (2023): A greener way to stay: The role of perceived sustainability in generating loyalty to Airbnb - <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103432> (letöltés ideje: 2023.09.22)

He, Jiaxiu et al. (2021): Image features and demand in the sharing economy: A study of Airbnb - <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2023.04.001> (letöltés ideje: 2023.09.22)

Huang, H.-C., T.-H. Lin, M.-C. Lai, and T.-L. Lin. (2014)“Environmental Consciousness and Green Customer Behavior: An Examination of Motivation Crowding Effect.” International Journal of Hospitality Management 40:139–49
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.04.006>

Jancsik, András et al. (2018): Megosztás megosztottság nélkül – az Airbnb és a budapesti szálláshelypiac átalakulása, Közgazdasági Szemle, LXV. évf., 2018. március (259–286. o.)
https://www.academia.edu/56918797/Megoszt%C3%A1s_megosztotts%C3%A1g_n%C3%A9lk%C3%BCl_az_Airbnb_%C3%A9s_a_budapesti_sz%C3%A1ll%C3%A1shelypiac_%C3%A1talakul%C3%A1sa?f_r=786147 (hozzáférés ideje: 2023.11.19).

Kenesei, Zsófia; Cserdi, Zsófia Hajnalka (2018): Szolgáltatásmarketing a turizmusban [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634542308>

Line, N. D. és Hanks, L. (2016) “The Effects of Environmental and Luxury Beliefs on Intention to Patronize Green Hotels: The Moderating Effect of Destination Image.” Journal of Sustainable Tourism 24 (6): 904–25 <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1091467>

Line et al. (2018): Image Matters: Incentivizing Green Tourism Behavior, Journal of Travel Research 2018, Vol. 57 <https://doi.org/10.1177/0047287517697848>

(3) 296–309, <https://doi.org/10.1177/0047287517697848> (letöltve: 2022.07.18)

Márton, Balázs (2023): Uniós megállapodás született az Airbnb és a Booking szigorúbb szabályozásáról - <https://telex.hu/kulfold/2023/11/16/eu-europai-parlament-europai-unio-tanacsa-lakaskiadas-airbnb-booking> (hozzáférés ideje: 2023.11.19)

Miao, L., és Wei, W. (2016) “Consumers’ Pro-environmental Behavior and Its Determinants in the Lodging Segment.” Journal of Hospitality & Tourism Research 40 (3): 319–38 <https://doi.org/10.1177/1096348013495699>

Muciri, Njeri (2023) Case Study: Airbnb’s Sustainable Home Initiative – Empowering Hosts to Create Eco-Friendly Spaces <https://www.linkedin.com/pulse/case-studyairbnbs-sustainable-home-initiative-hosts-njeri-muciri> (hozzáférés ideje 2024. 02. 25.)

Németh, Anita (2023): Története során először nyereséges az Airbnb - <https://www.vg.hu/nemzetkozi-gazdasag/2023/02/tortenete-soran-eloszor-nyereseges-az-airbnb> (hozzáférés ideje: 2023.10.22)

Pap Szilárd István (2020): Az EU Bírósága szerint jogszerű a lakhatási válság felszámolása érdekében szabályozni az airbnb-zést - <https://merce.hu/2020/09/22/az-europai-unio-birosaga-szerint-jogszeru-ha-a-lakhatasi-valsag-felszamolasa-erdekeben-a-hatosagok-szabalyozzak-az-airbnb-zest/> (hozzáférés ideje: 2023.11.05)

Komoly szigor élesedik az Airbnb-n, Bookingon: erre készüljön, aki szállást foglalna (2023) <https://www.penzcentrum.hu/utazas/20230331/komoly-szigor-elesedik-az-airbnb-n-bookingon-erre-keszuljon-aki-szallast-foglalna-1135585#> (hozzáférés dátuma 2024. 02. 25.)

Takács Judit (2022): Idegenforgalmi adó mértéke, mentessége, bevallása - <https://konyvelosziget.hu/idegenforgalmi-ado/> (hozzáférés ideje: 2023.11.12)

Woodward, Matthew (2024) Airbnb statistics 2024: user and growth data <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/airbnb-statistics/> (hozzáférés ideje: 2024. 02. 25.)