

TÉNYKÉP / REPORTS

Az új gazdaság térnyerése a budapesti irodaházak bérlői körében

The expansion of new economy among the occupants of Budapest's office buildings

BAJI PÉTER, CSIZMADY ADRIENNE

BAJI Péter: tudományos segédmunkatárs, MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Szociológiai Intézet; 1097 Budapest, Tóth Kálmán utca 4.; bajipeti.bcs@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-0363-6912>

CSIZMADY Adrienne: intézetigazgató, MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Szociológiai Intézet; 1097 Budapest, Tóth Kálmán utca 4.; csizmady.adrienne@tk.mta.hu; <https://orcid.org/0000-0002-8282-8623>

KULCSSZAVAK: központi üzleti negyed; irodaház; kreatív szolgáltatás; tercier szektor; új gazdaság

ABSZTRAKT: Az utóbbi évtizedekben a kutatások homlokterébe került az ún. új gazdaság szerepe a városok megújulásában. Ez a jelenség a fejlett gazdaságok posztindusztriális átalakulásához köthető, ahol a korábbi belső városrészek lepusztult ipari zónái számára keresik a megújuláshoz vezető utat. Az egyik ilyen válaszut az új gazdaság különböző szegmenseinek (IKT-szektor, dizájn, új média stb.) vonzása volt a megújítandó területeken, de több nemzetközi kutatás rávilágított arra, hogy a siker nem univerzális és sok esetben nem is meggyőző. Az új gazdaság térnyeréséről Budapestre kevés átfogó kutatás készült, így munkánk ezt a hiányt pótolja. Mivel 2000 óta fővárosunk egyik leglátványosabb átalakulása a modern irodaház-állomány folyamatos bővülése, ezért kutatási kérdéseinkre a budapesti bérirodaházakra vonatkozó saját gyűjtésű adatbázisunk segítségével keressük a választ.

Kutatásunk fő kérdése, hogy az új gazdaság térnyerésének mintázataiban milyen különbségek találhatók, és a klaszteresedés mennyiben hozható összefüggésbe a város-átalakulás spontán és tervezett folyamataival. Feltáró kutatásunk eredményei arra engednek következtetni, hogy a budapesti bérirodaház-építés célcsoportjának egyharmadába a kreatív szolgáltatásokhoz sorolható tevékenységeket végző cégek tartoznak. Közel egynegyedét pedig a pénzügyi és ingatlanokkal foglalkozó szolgáltatást kínáló adják. Habár az új gazdaság bizonyos szegmenseinek szerepe kiemelkedő az irodaházak bérlői között, a különböző irodapiaci zónákban mégsem találunk jelentős eltéréseket. Vagyis a városközpont-hoz közeli budai és pesti irodapiaci zónák a belvárosi területekkel együtt osztoznak mind a klasszikus városközponti üzleti negyedek képző, mind az átmeneti zónát megújító új gazdasági ágazatokban. Így a központi üzleti negyed és a kreatív funkció nem válik el élesen a különböző irodapiaci zónák szerint Budapesten.



Péter BAJI: junior research fellow, Institute for Sociology, Centre for Social Sciences, Hungarian Academy of Sciences; Tóth Kálmán utca 4., H-1097 Budapest, Hungary; bajipeti.bcs@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-0363-6912>

Adrienne CSIZMADY: director, Institute for Sociology, Centre for Social Sciences, Hungarian Academy of Sciences; Tóth Kálmán utca 4., H-1097 Budapest, Hungary; csizmady.adrienne@tk.mta.hu; <https://orcid.org/0000-0002-8282-8623>

KEYWORDS: central business district; creative services; new economy; tertiary sector; office building

ABSTRACT: In the last two decades, urban scholars frequently debated the effect of the so-called 'new economy' in the urban regeneration processes all over the world. This phenomenon was closely related to the post-industrial transformation of the advanced economies in many cities where former inner-city industrial zones were abandoned and urban policy needed to rehabilitate these valuable areas. Many urban leaders accepted Richard Florida's conception of the rise of the creative class and attempted to attract firms from the different spheres of new economy like ICT, design, new media or other creative and cultural services for renewing the declining economy of their cities. At the end of the 2000s, many researchers revealed the vulnerability and the volatile nature of the urban regenerations driven by the new economy in several cities. However, there were few empirical studies about this phenomenon in Budapest until now.

Since 2000, modern office space in Budapest has been growing continuously, representing one of the most spectacular urban regeneration processes in the city. The research goal of this paper was to evaluate the contribution of the new economy to the increase in demand for office space. Because official statistical data is insufficient to answer the research question a new database was established from field data collected in 2017. In the process, 232 office buildings were visited and the names of 4038 firms recorded. From a Hungarian company data base (opten.hu), the main economic activities of these firms were elicited and analysed.

The results show that financial, real estate and creative firms are the main targets of the office building developers. About 33% of firms in the sample work within the field of creative services whereas financial and real estate firms account for 25%. Although some creative services were quite particular among the firms occupying office buildings in Budapest, the ratios of different activities or occupations within the distinct commercial zones in the city were rather similar. This suggests that the classical downtown zones (1st and 5th districts) and the other inner-city office zones on both sides of the Danube share the typical commerce and banking and the renewed inner-city 'creative type' activities almost equally.

By the same token, the new-economy zones are not separate from the commercial and banking locations within Budapest. While according to the statistical data there is a growing potential in the creative sector in Budapest, its effects on urban regeneration and transformation are uneven. It would be an important object for future research to investigate to what extent urban development and policy strategies embrace and empower the creative and cultural economy in Budapest's districts. It is relevant to ask how many social sacrifices (gentrification, partying venues, etc.) should be made for an urban policy of regenerating economic activities.

Bevezetés

Az utóbbi két évtized városi átalakulásokkal kapcsolatos szakirodalmi diskurzusában jelentős szerepet töltött be az új gazdaság elméletéről, illetve szerepének vizsgálata a város gazdasági és építészeti megújulásában. Az új gazdaság fogal-

ma azt az 1970-es években elindult posztindusztriálisnak nevezett gazdasági átalakulást igyekszik megragadni, amelyet azóta folyamatosan változó megnevezésekkel (tudásintenzív, kreatív, információs stb.), de gyakran hasonló tartalommal mutatnak be a kutatók mind hazai, mind nemzetközi szinten. Miközben Richard Florida (2005) kreatív osztállyal és annak városmegújító hatásával kapcsolatos elképzeléseinek létjogosultsága ma is élénk vita tárgya (Czirfusz 2014), az Európai Unió városai kreatívváros-programjaikkal igyekeznek magukat a városok versenyében pozicionálni, illetve ezzel versenyelőnyre szert tenni (Egedy 2017). A városi vezetők a kreatív ipar vonzását és annak városmegújító hatását – a városokon belüli leromlott barnamezős övezetek felértékelésében, illetve a belvárosi területek revitalizációjában (és újra eladhatóvá tételénél) – azonban sok esetben túlértékeli (Casellas, Pallares-Barbera 2009; Evans 2009; Hutton 2008; Pratt 2009).

Az új gazdaság városátalakító hatását a fővárosi várostervezők is fontosnak tartják. A kreatív ipar, illetve a tudásintenzív ágazatok terjeszkedését tervezési eszközökkel is támogatják, ám a folyamatok igazi vezérlője mégis a piac marad. Ennek egyik leglátványosabb megjelenési formája az irodapiac dinamikus bővülése (Horváth, Soóki-Tóth 2014) és a bérlők területi koncentrációjának változó mintázata. Miközben a fővárosi irodapiac bővüléséről és bérleti díjainak összefüggéseiről több tanulmány látott napvilágot (pl. Horváth et al. 2013), addig az irodaházak bérlőiről, használaról ebből a szempontból még nem készült részletesebb elemzés. Tanulmányunkban ez utóbbihoz kívánunk hozzájárulni egy saját adatgyűjtésre épülő kutatás első eredményeinek közzétételével. Vizsgálatunk központi kérdése, hogy a különböző gazdasági ágazatok (ezen belül a „kreatív ágazatok”) milyen mértékben jelennek meg a főváros bérírodapiacán, és milyen területi különbségek mutathatók ki az egyes ágazatok tekintetében; illetve a jelenlegi bérlőösszetétel alapján látható-e valamilyen klaszteresedése az új gazdaságnak.

A kreatív város irodapiaci összefüggései

Az új gazdaság és a városi irodapiac

Az ezredforduló utáni évtizedben a városfejlesztésről szóló nemzetközi szakirodalomban több elemzés látott napvilágot az új gazdaság világ- és nagyvárosokat átalakító (lehetséges) hatásairól. Az új gazdaság közgazdaságtani értelemben a klasszikus ipari kapitalizmus 20. század végétől kezdődő posztfordista átalakulása, melyet a nemzetközi szakirodalom tudásalapú vagy információgazdaságnak nevez (Gibson-Graham 1996; McNeill, While 2001). Az Urban Studies a jelenség bemutatásának 2009-ben tematikus számot szentelt, illetve egy nagy

monográfia készült Thomas A. Huttontól *The new economy of the inner city* címmel (Hutton 2008). E tanulmányok egyrészt több helyen elemzik az új gazdasághoz tartozó tevékenységek és ágazatok definiálásának kérdéseit, illetve azt, hogy az egyes ágazatok milyen súllyal vesznek részt a városok átalakulásában. Másrészt felhívják a figyelmet arra, hogy az egyes várostípusokban nagyon különböző a spontán és az állami beavatkozással létrehozott kreatív ipari klaszterek aránya és sikeressége (Gospodini 2009; Pratt 2010; Zheng 2011). A városokat átalakító új gazdaság tevékenységeinek vizsgálatánál az információ-gazdaság, a kreatív gazdaság és a kulturális gazdaság különböző szegmensei vannak definiálva, melyek tevékenységeikben részben különböznek, részben viszont átfedésben vannak egymással, és melyek hazánkban a KSH-besorolás szerint az I – információ, kommunikáció, az M – szakmai, tudományos és műszaki tevékenység, illetve az R – művészet, szórakozás, szabadidő ágazatokon belül található meg (Baji 2014). Az utóbbi évtizedek nemzetközi vizsgálatai alapján ezek a kreatív, tudás- és kulturális tőkét igénylő ágazatok a nagyvárosokban, azokon belül pedig a belsőbb, megújuló részeken koncentrálódtak (Florida 2005; Hutton 2008; Scott 1997).

A vizsgálatokkal kapcsolatban módszertani kérdések is terítékre kerültek. Az új gazdaság tevékenységeinek vizsgálatában az egyik legalapvetőbb dilemma, hogy a megfigyelési egységek az emberek vagy a cégek legyenek-e. A legtöbb tanulmány Florida (2005) definíciójából indul ki a kreatív dolgozókkal kapcsolatban, mely megközelítés legnagyobb mérési hátránya az, hogy hiába tudjuk meg, hogy az adott városban vagy városrészben hány ember dolgozik a „kreatív” szférában, valódi hozzáadott értéket nem lehet ezekhez az adatokhoz rendelni. Ha a városon vagy városrészen belüli gazdasági súlyt akarjuk szemléltetni, akkor az adott tevékenységi körrel foglalkozó cégek statisztikáit érdemes vizsgálni. A legtöbb városi vizsgálat vagy az adott országban, vagy a nemzetközileg használt tevékenységi beosztással dolgozik (pl. Casellas, Pallares-Barbera 2009; Evans 2009; Shutters, Muneeppeerakul, Lobo 2016). E beosztások előnye, hogy a róluk szóló adatgyűjtések alapján képet kaphatunk egy-egy ágazat vagy tevékenység gazdasági súlyáról a városon vagy országon belül (pl. hozzáadott-érték- vagy árbevételadatok), hátránya viszont, hogy minél nagyobb a cég, annál kevésbé lehet pontosan lehatárolni a vállalaton belül a valóban kreatív tevékenységeket végzők arányát.

Az új gazdaság városon belüli térnyerésének vizsgálataiból egyértelmű az átalakulási folyamatnak az a két „pólusa”, melyek meghatározzák a régi fordista/indusztriális gazdaság leépülésével együtt leromló belső városi területek megújulását (Hutton 2008). Az egyik pólus a kulturális gazdaság, mely a (bel)városok kereskedelmi, idegenforgalmi funkcióját erősítette, és ahol az emelkedő lakásárak és bérleti díjak, valamint a turisták rövidebb vagy hosszabb idő alatt kiszorítják az ott élőket (Gurran, Phibbs 2017; Lee 2016; Llop 2017; Pratt 2009; Scott 1997). A kulturális vagy kreatív termékipar emellett elsősorban azokat a termelő tevékenységeket foglalja magába, melyeknek inkább a termelése, mint

fogyasztása kötődik a belvárosi térhez. A legtöbb kutató ide sorolja a média és sajtó különböző ágazatait, a designt és formatervezést, az építészetet, valamint a kiadói tevékenységet (Baji 2015). E tevékenységek a városi térben sokszor a tudásintenzív gazdaság többi részével együtt koncentrálódnak olyan helyeken, ahol elegendő az új vagy felújított (loft) iroda vagy stúdióterület (Gospodini 2006; Hutton 2008).

Az új gazdaság másik jelentős pólusa – az 1970-es évek óta folyamatosan tercializálódó városi gazdaságon belül – a tudásintenzív szektor (high-tech iparral, telekommunikációval, szoftverfejlesztéssel vagy éppen a jogi és pénzügyi tanácsadással, elemzéssel foglalkozó cégek), gyorsan növekvő irodaigénnyel (Florida 2012; Glaeser, Kolko, Saiz 2001; Kipins 1998). Ezek kiszolgálására a központi üzleti negyedhez közeli régi gyáripari (barnamezős) területek épületeit alakították loftirodákká, vagy építettek fel a régi épületek helyén új irodaház-komplexumokat. Mindez elősegítette a klaszteresedést, mind a globális gazdasági térben központi helyet elfoglaló nagyvárosokban (New Yorkban például a Silicon Alley, Londonban például az East London Tech City), mind az inkább regionális léptékben jelentős európai vagy délkelet-ázsiai városokban (Barnes, Hutton 2009; Gospodini 2009; Ho 2009; Indergaard 2009; Zheng 2011), bár ez utóbbiban igen eltérő mértékben. Az irodaház-építkezés felfutásának – a városi környezet megújításán keresztül, ahogy az első pólus esetében is – a környékbeli lakásárak emelkedése volt a következménye, és ezzel összefüggésben gyakran a dzsentrifikációs folyamatok beindulása, vagyis végső soron a népeségcsere (Helbrecht 1998; Ross 2004).

Az új gazdaság e két pólusa nem választódik el szükségszerűen egymástól, és sokszor a városfejlesztési, várospolitikai törekvésekben ér össze. A globális gazdaságban részt vevő városoknak egyszerre érdekük a tőkeerős és magas hozzáadott értékkel rendelkező ágazatok vonzása, illetve régi, lepusztult városrészeinek megújítása, újra eladhatóvá tétele és ezzel a népesség társadalmi összetételének befolyásolása (Csanádi, Csizmady, Olt 2010; Ley 2003). Ezeket az érdekeket az utóbbi évtizedekben (a 2008-as válság előtt pedig kiemelten) a kreatív várossá válás eszméjét követve igyekeztek érvényesíteni (Egedy 2017; Pratt 2010). A kreatív városfejlesztésről szóló áttekintő elemzésében Evans (2009) rámutat arra, hogy az új gazdaság kulturális fogyasztással kapcsolatos (pl. művészet) oldalát nem tartják a tudásintenzív gazdaság részének, hanem olyan eszköznek, mellyel a tudásintenzív szférát vonzhatják adott városi területre. Habár Florida (2005) elképzeléseit a kreatív osztályról és annak vonzásáról több oldalról kritizálták (Czifrusz 2014; Megadja 2008; Peck 2005), mégis újabb és újabb városok esetében jelenik meg a kreatív és tudásintenzív cégek vonzása feltételeként az irodaklaszterek kiváló fizikai és kedvező társadalmi környezetének megteremtése (pl. Jang, Kang 2016 szöuli esettanulmánya). Ráadásul az utóbbi évtizedben az irodapiaci beruházásoknál egyre erőteljesebben érvényesül a városi fenntartható környezet fontossága, a klímaváltozás elleni küzdelem. Ehhez mind Nyugat-Európában, mind az Egyesült Államokban olyan

„zöld minősítési” rendszert (pl. LEED, BREEAM, DGNB) alakítottak ki, mely értékeli az épület energiagazdálkodását és a felhasznált építőanyagokat. E minősítéseknek ma már jelentős hatásuk van az irodák bérleti díjára, a zöld irodák iránti kereslet a magasabb ár ellenére is növekszik, és felgyorsíthatja a cégek belvárosba telepedését (Chegut, Eichholtz, Kok 2014; Heinzle, Ying Yip, Yu Xing 2013; Nappi-Choulet, Decamps 2013).

Nem meglepő tehát, ha a belvárosi területek „új gazdasága” különböző városokban eltérő módon manifesztálódik. Egyrészt a spontán, piaci folyamatok során kialakuló klaszteresedés mellett az állami eszközökkel „megtámogatott” városi klaszteresedés csak olyan városokban sikeres, ahol a betelepülő cégeknek elegendő tőkéjük is van az e területeken való hosszú távú megmaradáshoz (Casellas, Pallares-Barbera 2009; Gospodini 2009; Zheng 2011). Másrészt a már működő gócterületek sok esetben – a két fentebb említett pólus mentén – térben elválnak egymástól. Ezt szemlélteti Gospodini (2006) tipológiája, mely a különböző városok új gazdaságában globális szinten négy epicentrumtípust különít el, melyekhez – a teljesség igénye nélkül – igyekeztünk hozzáilleszteni néhány budapesti példát is:

- Vállalkozói epicentrumok: magas szintű pénzügyi közvetítő szolgáltatások, technológiaintenzív és tudásintenzív cégek klaszterei (mint amilyen a Potsdamer Platz Berlinben, az Infopark és a Graphisoft Park Budapesten);
- Magaskultúra-epicentrumok: múzeumok, galériák, színházak, operák, koncerttermek és hasonló klaszterei (pl. múzeumi negyedek Bécsben, Rotterdamban és Hágában, a kormány hasonló jövőbeli terve a budapesti Városligetben);
- Népszerű szabadidős epicentrumok: kávézók, kocsimák, éttermek és népszerű zenés klubok klaszterei (pl. Temple Bar Dublinban, a romkocsmanegyed Belső-Erzsebetvárosban);
- Vízparti kulturális és szabadidős epicentrumok: múzeumok, konferenciatermek, galériák, koncerttermek, színházak, tematikus parkok és sétányok klaszterei (pl. South Bank Londonban, a CET és a fejlesztés alatt álló Kopaszi-gát).

Ha a tanulmányunk tárgyát Gospodini (2006) tipológiájához igyekszünk kapcsolni, akkor azt kell mondanunk, hogy míg a második és harmadik kategória megjelenése az európai városokban a történelmi belvárosi épületállomány radikális átalakítása nélkül is elképzelhető, addig Budapesten ez kevésbé van így. Jóllehet az új építésű irodaház-együttesek leginkább az első (pl. a XI. kerületi Infopark vagy a III. kerületi Graphisoft Park) és részben a negyedik kategóriában jelennek meg (pl. a IX. kerületi Millenniumi Városcsopont irodasorára vagy a fejlesztés alatt álló XI. kerületi Buda Part irodaházaira gondolunk). Ezek általában olyan területeken vannak, ahol a nagyléptékű irodaház-beruházásra megfelelő méretű szabad hely áll rendelkezésre. Több tanulmány rámutatott arra, hogy jóllehet az új gazdaságban dolgozók tevékenysége ezer szálon kapcsolódik a digitális világhoz, mégis e szegmens cégei kiemelten vonzódnak a

városon belüli jó elérhetőséggel és kiváló esztétikai kvalitásokkal rendelkező munkakörnyezethez és a személyes találkozási lehetőségekhez a városok központjában (Helbrecht 1998; Jang, Kang 2016; Storper, Venables 2004). Ezt a lehetőséget számukra Budapesten főleg a folyamatosan bővülő irodaház-állomány tudja szolgáltatni (Baji 2016). Mielőtt mélyebben belemennénk a fővárosi bér-irodapiac adatainak elemzésébe, szükségesnek látjuk kiemelni az irodapiac kialakulásának néhány tényezőjét.

A budapesti irodapiac kialakulása

Az 1990-es évtizedben az irodafunkció bővülése elsősorban az V. kerületet és közvetlen környezetét mint újjáalakuló központi üzleti negyedet érintette, melyben fontos szerep jutott a lakásokat irodákká alakító rejtett konverzióknak (Kasza, Bacsa, Bunovác 1998). Ebben az időszakban az irodaigényt nagyrészt a lakások, kisebbrészt a kiürülő üzemi-gyári épületek szolgálták ki, majd a beruházók olyan még jól megközelíthető területeket kerestek, ahol nagy, szabadon beépíthető területek társultak relatíve alacsony telekárakkal, ahová bérirodaházakat lehetett felhúzni. Ez a beruházói stratégia formálta napjaink budapesti irodapiaci zónáit (Horváth et al. 2013) és duplázta meg 2000 és 2010 között az irodaállományt, majd alakította át a minőségi összetételt, a nemzetközi trendeknek megfelelően bevezetve a modern A kategóriás irodaházakat (Horváth, Soóki-Tóth 2014).

Ez az átalakulás szorosan kötődött a privatizációhoz és a városátalakulás, -megújulás folyamatának is katalizátoraként működött. Miközben a rendszerváltásbelvárosi épületállomány a karbantartások elmaradása, a beruházások és fejlesztések hiánya miatt erőteljesen leromlott volt (Kovács 1992), és ezen a privatizáció során tulajdonosokká vált, kevésbé tőkeerős lakók sem változtattak (Dániel 1996; Hegedüs, Tosics 1998), az irodává alakított lakásokat elkezdtek megújítani. A rendszerváltás előtt még működő iparterületek (Budapest területének 15-16%-a) szintén hanyatlásnak indultak, és megújulásuk leginkább csak a városközponthoz közelebbi területeken kezdődött meg (Kukely et al. 2006). Igazi változást az ezredforduló utáni évek felfutó ingatlanpiaca hozott, mindkét területtípus esetében megindítva a városi megújulás lassú folyamatát. A városrehabilitációk (pl. Középső-Ferencváros, Középső-Józsefváros) – az önkormányzatok kezdeményezésére reagáló, gyakran kevésbé tőkeerős befektetők bevonásával (Egedy 2006; Tomay 2006) – a történelmi épületállomány egy részének megóvásával, de relatíve sok építéssel indultak. Ehhez képest a belvároshoz közelebbi barmezők funkcióváltása spontánabb folyamat volt, és a területek privatizációjában és spekulációs célú továbbértékesítésében sokkal inkább a tőkeerős beruházók játszottak szerepet (Kukely et al. 2006). A régi épületállományt sok esetben modern épületekkel cserélték le, és csak csekély részük alakult át loftirodává.

Ebben a folyamatban a várostervezés jelentős szerepet kapott, amit az ezredforduló utáni időszak városfejlesztési dokumentumaival illusztrálunk, kiemelve azokat a részeket, melyek közvetlenül kapcsolódnak az irodapiaci zónák kialakításához. A városi gazdaság átrendeződése megjelent a Budapest városfejlesztési koncepcióban (2003), mégpedig az ipari tevékenységek visszaszorulásával a tercier tevékenységek javára. A tervezők ekkor már a város tudásipari és innovációs központtá válását vizionálták, és ennek elősegítése érdekében a Fővárosi Önkormányzat számára főleg a háttér-infrastruktúra biztosításában és a tulajdonviszonyok rendezésében jelöltek ki aktív szerepet. A Budapest 2030 hosszú távú városfejlesztési koncepció (2013) és az ITS Budapest-stratégia 2020 (2014) megalkotói kiemelt stratégiai szerepet szántak a jelenlegi barnamezős területek megújításának, azonban itt a már spontán megújult és klaszteresedett értékes Duna menti barnamezős területek helyett a fejlesztési fókusz az átmeneti zóna Dunától távolabbi, rendezetlen részeire helyezték át. Ezeken a területeken – a korábbi koncepcióban megfogalmazott elvekhez hasonlóan – a tudásintenzív és az ún. zöld termelés szféráinak vonzásában kívánt a Fővárosi Önkormányzat aktív szerepet játszani. Az utóbbi évek irodapiaci térnyerésének irányait követve azonban kijelenthetjük, hogy a barnamezős területek jól elérhető, Duna-parthoz közeli részei állnak a befektetők érdeklődésének középpontjában (1. ábra). Így inkább a spontán piaci érdekek, mintsem Budapest hosszú távú fejlesztési elképzelései határozzák meg a mára kialakult irodapiaci zónákat.

1. ábra: Irodaházak és korábbi barnamezős területek Budapesten (2016)
Office buildings and former brownfields in Budapest (2016)



Forrás: ELTINGA és Kukely et al. (2006) alapján saját szerkesztés.

Ezek a zónák az ELTINGA klasszifikációja alapján nem egyforma nagyságúak. A nyolc nagy zónából 4 Pesten és 4 Budán található. Méretük alapján egyértelműen a pesti zónák vannak túlsúlyban (65,2%). Az irodaterület arányát véve kiemelkedik közülük a Váci úti irodafolyosó (24,6%), a pesti központi zóna (23,7%) és a dél-budai zóna (14,4%). A fent leírt változásokat jól mutatja, hogy a klasszikus belvárosi (I. és V. kerület) irodapiaci zóna – a nyolc zónából az irodaterület aránya szerint – mára már csak a hatodik, és az 5-7% részesedésű három legkisebb zóna közé tartozik, vagyis jelentősége erőteljesen lecsökkent (1. táblázat). A klasszikus belváros piacvesztésének legfőbb oka, hogy az irodapiaci beruházók az 1990-es évtized során a beépíthető foghíjtelkeket és felújítható irodaház-kapacitásokat már kihasználták, így a 2000-es évek folyamán a városközpont szomszédságában lévő, jól elérhető szabad területekre kellett átvonulniuk (Horváth, Soóki-Tóth 2014). Így a ma látható zónák a 2000 utáni első években alakultak klaszterszerű területekké.

1. táblázat: Az irodapiaci zónák részesedése a teljes budapesti irodaállományból (2017)
The ratio of office space by office market zones of Budapest (2017)

Irodapiaci zóna	Az irodák összterülete (m ²)	Az irodaterület aránya (%)
Váci út	866 538	24,6
Pest központ	836 528	23,7
Dél-Buda	507 286	14,4
Pest nem központi	351 166	10,0
Észak-Buda	299 755	8,5
Belváros	244 582	6,9
Buda központ	227 509	6,5
Buda nem központi	188 981	5,4
Összesen	3 522 345	100,0

Forrás: ELTINGA-adatgyűjtés.

Kérdés azonban, hogy az irodaterület alapján egyértelműen ki lehet-e jelezni ezt. Változtatja-e a képet, ha megpróbáljuk összekötni a klaszteresedést az új gazdaság különböző szegmenseinek térnyerési folyamataival, melyet az eddigi hazai kutatások kevésbé érintettek? Kutatásunk vezérfonala Hutton (2008) monográfiájához kötődik, amely azt vizsgálja, hogy milyen új gazdaság éled fel a belvároshoz közeli régi ipari területek „hamujából”. Kutatásunk kezdeti fázisában tartunk, ebben a tanulmányban első eredményeinket közöljük.

Az adatgyűjtés módszertana

A kutatás kezdeti szakaszában az alapsokaságot nem a teljes, hanem csak a bérleti irodapiac jelenti. Kizártuk tehát azokat az irodaházakat, amelyek néhány nagy cég saját tulajdonát képezték, valamint az egyetlen állami vagy piaci cég

tulajdonában és használatában álló saját irodaépületeket. A listán maradó irodaházak aktív szereplői a budapesti bérirodapiacnak. Az irodaházak kijelölésénél prioritást adtunk a városközponthoz közeli kerületeknek és figyelembe vettük az irodapiaci elemzők által meghúzott zónahatárokat. Az adatgyűjtés második lépéseként cégérfelmérést hajtottunk végre, amely az irodaházak személyes meglátogatásából és az ott működő cégek hivatalos (általában kültéri vagy bejárati homlokzatára kitett) nyilvános listájának lefényképezéséből állt. Így összesen 232 irodaház került a felmérésünkbe, ami a 2017-es év ELTINGA által becsült összes budapesti irodaterületnek a 78%-át tette ki (2. táblázat).

Az adatfelvétel harmadik lépcsőjeként az opten.hu portál Cégtár light ingyenes cégkeresőjén keresztül minden cégre kigyűjtöttük az összes elérhető adatot. A cégek (4038 db) túlnyomó többségére rendelkezésre állt az adott cég székhelyének címe, alapításának éve, jegyzett tőkéje és a kutatás szempontjából legfontosabb adat: főtevékenységének TEÁOR-kódja. A cégek nettó árbevételéről 2015 és 2017 között csak részlegesen álltak rendelkezésre adatok. A kigyűjtött jegyzettőke- és árbevételadatok lehetőséget adtak volna a kutatás folyamán az adott cégek szerepének súlyozására, de 862 cég esetében (a minta 21%-a) nem állt rendelkezésre árbevételadat az egyik évre sem. A különböző jegyzettőkeadatok és árbevételadatok egyszerű rangkorrelációs összevetése gyenge együttmozgást sem jelzett (korrelációs érték: 0,105) a két mutató között, ezért végül úgy döntöttünk, hogy nem súlyozunk e mutatók alapján. Érdemes kiemelni azonban, hogy az árbevételadatokkal rendelkező 3176 cég 98,5%-a az

2. táblázat: A kutatásban szereplő irodaházak kerületenként
Descriptive data of the research sample by districts

Kerület	Az irodaépületek száma (db)	Az irodaépületek összterülete (m ²)	A céges telephelyek száma (db)	A minta aránya az összes bérirodából (%)
I.	7	23 662	194	22,5
II.	17	117 505	263	61,7
III.	36	219 003	617	79,6
V.	21	160 679	386	65,7
VI.	17	106 382	253	58,3
VII.	9	77 027	198	66,3
VIII.	8	125 165	59	56,2
IX.	21	271 118	315	86,0
XI.	27	273 667	522	53,9
XII.	10	97 648	167	68,1
XIII.	52	633 870	759	73,1
XIV.	10	40 831	266	33,3
XX.	1	720	39	100,0
Teljes minta (Budapest)	232	2 147 277	4 038	78,0

Adatok forrása: Opten Cégtár Light.

EU-s cégméret-nómenklatúra árbevételi kategóriája szerint mikrovállalkozásnak minősül, vagyis éves árbevétele nem éri el a 2 millió €-t.

Kutatási eredmények

Tevékenységi körök és irodák

Az adatbázis elemzéséhez a KSH honlapján elérhető legfrissebb TEÁOR ágazati beosztást használtuk. Mivel ez a beosztás túl részletes (19 ágazat), 7 összevont ágazati csoportot alakítottunk ki (3. táblázat). Az első két ágazati csoport a mezőgazdaság, illetve az ipar és a hozzá kapcsolódó ágazatok csoportja. Ebben a csoportban a klasszikus primer és szekunder termelési szektorok teljesítményei és cégei jelennek meg. Az építőipart külön kategóriaként kezeltük, ugyanis Budapest esetében az építőipari beruházások volumene kiemelt jelentőségű a város alakításában. A klasszikus tercier szektor szolgáltatásai közül három csoportot emeltünk ki, a többi szolgáltató ágazatot pedig egyben kezeltük. A kiemelt szolgáltatáskategóriák: a kereskedelem és gépjárműjavítás, mely Budapest kereskedelmi központi szerepét jelzi; a klasszikus üzleti negyedek képző pénzügyi (bank, biztosítás) szolgáltatások, illetve az ingatlanügyletek (eladás, bérbeadás) a pénzügyekhez nagyon hasonló profilú terület; harmadikként a kutatásunkhoz szorosabban kapcsolódó kreatív szolgáltatások területét emel-

3. táblázat: Az összevont gazdasági ágazatok főbb adatai Magyarországon, Budapesten és a mintában

Main data of aggregated sectors for Hungary, Budapest and the research sample

Összevont nemzetgazdasági ágazatok	A bruttó hozzáadott érték megoszlása országosan (%)		A működő vállalkozások aránya országosan (%)		A Budapesten működő vállalkozások aránya az országos ágazatokon belül (%)		A működő vállalkozások aránya Budapesten (%)		A mintába került cégek aránya (%)
	1995	2016	2008	2015	2008	2015	2008	2015	2017
Mezőgazdaság (A)	8,4	4,4	3,3	4,0	3,8	3,1	0,5	0,4	0,2
Ipar (B, C, D, E)	25,4	26,8	8,2	7,6	22,3	21,7	6,8	5,8	5,5
Építőipar (F)	5,0	3,7	10,1	8,6	17,8	18,6	6,7	5,6	2,9
Kereskedelem, gépjárműjavítás (G)	8,6	10,1	20,5	19,7	24,1	25,7	18,3	17,9	15,2
Pénzügyek, ingatlanügyletek (K, L)	11,8	11,6	8,2	7,7	34,2	36,3	10,4	9,9	23,9
Kreatív szolgáltatások (I, M, R)	8,6	12,0	21,8	25,1	40,5	40,1	32,7	35,6	37,9
Egyéb szolgáltatások (H, N, O, P, Q, S)	32,2	31,4	27,8	27,3	24,0	25,5	24,8	24,7	14,5

Adatok forrása: KSH Tájékoztatói Adatbázis és önálló adatgyűjtés.

tük ki, mely tartalmazza az információ-kommunikáció (telekommunikáció, kiadói tevékenység, szoftvergyártás, média), a szakmai, tudományos és műszaki tevékenységek (jogi-számviteli szolgáltatások, tanácsadás, mérnöki-műszaki tevékenységek, K+F-szektor, formatervezés, reklám-piackutatás), illetve a művészet, szórakoztatás és szabadidős szolgáltatások alágazatait (képzőművészet, előadó-művészet, sport). Utóbbi nagyjából lefedi azokat a tevékenységeket, melyeket a nemzetközi szakirodalom a tudásintenzív, kreatív és kulturális ágazatok közé sorol a városok új gazdaságában.

A vállalatok méretében és termelékenységében meglévő különbségek a vállalatok számával nincsenek szinkronban. Így lehetséges, hogy az összes vállalat közül az ipari vállalatok kevesebb mint 8%-ot tettek ki, és ők állították elő az országos bruttó hozzáadott értéknek 27%-át 2016-ban, míg az összes vállalat közül 25%-ot kitevő kreatív szolgáltatások az összes bruttó hozzáadott értéknek csak 12%-át. Tehát amennyiben a gazdasági szektorok jelentőségét termelési eredményeikkel azonosítjuk, a vállalatok száma és ennek alapján számított arányaik torzított képet mutatnak a gazdaság struktúrájáról. Azt azonban érdemes megállapítani az országos gazdaság bruttó hozzáadott értékének belső változásáról, hogy a bemutatott 21 év folyamán (1995 és 2016 között) a *kreatív szolgáltatások aránya növekedett számottevően*, a mezőgazdaság csökkenést szenvedett el. Míg 1995-ben a mezőgazdaság és a kreatív ágazatok közel azonos arányú hozzáadott értéket hoztak létre, 2016-ban a kreatív ágazatok majdnem háromszor akkora arányt képviseltek az összes hozzáadott értékben, mint a mezőgazdaság.

Sajnos a bruttó hozzáadott érték ágazati bontású adatai csak országos szinten érhetőek el (a nemzetközi kutatásokhoz hasonlóan), területi bontásban nem állnak rendelkezésre. Így az ágazati struktúra változásának vizsgálatához az adott főtevékenységgel működő vállalkozások aránya használható fővárosi szinten.

Budapesten a vállalkozások aránya minden ágazatban csökkent 2008 és 2015 között, kivéve a kreatív ágazatokét. De ebben a szektorban elért vállalatszám-növekedés elmaradt az országos növekedés mögött, így Budapest részesedése az ország kreatív szektorában kismértékben csökkent. Mindemellett a kreatív ágazat dominálja jelenleg is a vállalatok száma alapján számított budapesti gazdasági struktúrát, vagyis a főváros valóban az ország „kreatív gazdasági” központja.

Felmérésünk adatbázisában a tercier szektor ágazatai vannak túlsúlyban (91,4%), és ezen belül is a kreatív szolgáltatások vezetnek, ezután következnek a pénz- és ingatlanügyi szolgáltatók, majd a kereskedelem és a többi szolgáltatás összevont kategóriája. A budapesti működő cégek KSH-adatbázisához képest (3. táblázat) az építőipari, kereskedelmi és egyéb szolgáltató vállalkozások az általunk összeállított mintában alulreprezentáltak, míg a kreatív szolgáltatások kissé, a pénz- és ingatlanügyek erősen felülreprezentáltak. Ez azt jelzi, hogy a budapesti gazdaságon belül az expanzívan épülő irodaházsszektor az utóbbi években – a nyugat-európai és észak-amerikai városokhoz hasonlóan – többségében a pénzügyi és kreatív szféra növekvő irodaigényeit igyekszik kielégíteni. Fontos kiemelni, hogy a kreatív ágazatokon belül vannak stabilabb (pl. jogi és

gazdasági szolgáltatások, K+F), illetve „illékonyabb” (pl. művészet, új média, dot.com cégek) szereplők (Hutton 2008; Zheng 2011). Ez a kettősség adatbázisunkban is fellelhető: az irodaházakban tevékenykedő 1455 kreatív cég közül 843 a tudományos és műszaki, 589 az információ és kommunikációs szférához tartozik, és csak 23 cég szakosodott a művészet és szórakoztatás területére (4. táblázat).

A kreatív ágazatokon belül a legmeghatározóbb szereplők az információ-technológiai szolgáltatás (362 db) és az üzletvetetési, vezetői tanácsadás (367 db) kategóriákba sorolható cégek (4. táblázat). Az előbbi alapvetően a programozói, szoftverfejlesztői és rendszergazdai tevékenységeket fogja össze, míg az utóbbi a PR-, kommunikációs és egyéb üzletviteli, stratégiai tanácsadó cégeket tömöríti. A kreatív szférában jelentős a szerepük az irodaházak tradicionális bérlőinek: jogi, számviteli, adószakértői (127 db), illetve építészmérnöki tevékenység,

4. táblázat: A minta cégeinek száma és kora a kiemelt alágazatokban (2017)
The number and age of the firms in the sample by some sub-sectors (2017)

Ágazatok	A cégek száma a mintában (db)	A cégek átlagos kora (év)
Kreatív alágazat		
<i>I - Információ, kommunikáció</i>		
58 – Kiadói tevékenység	83	12,7
59 – Film, video, televízióműsor gyártása, hangfelvétel-kiadás	34	11,8
60 – Műsorösszeállítás, műsorszolgáltatás	5	12,4
61 – Távközlés	25	15,1
62 – Információ-technológiai szolgáltatás	362	10,8
63 – Információs szolgáltatás	80	9,0
<i>M - Szakmai, tudományos és műszaki tevékenység</i>		
69 – Jogi, számviteli, adószakértői tevékenység	127	13,2
70 – Üzletvetetési, vezetői tanácsadás	367	9,9
71 – Építészmérnöki tevékenység, műszaki vizsgálat, elemzés	110	12,4
72 – Tudományos kutatás, fejlesztés	80	9,5
73 – Reklám, piackutatás	119	10,8
74 – Egyéb szakmai, tudományos, műszaki tevékenység	40	10,3
<i>R - Művészet, szórakoztatás, szabadidő</i>		
90 – Alkotó-, művészeti, szórakoztató tevékenység	7	10,1
91 – Könyvtári, levéltári, múzeumi, egyéb kulturális tevékenység	1	6,0
93 – Sport-, szórakoztató, szabadidős tevékenység	15	8,3
<i>Pénzügyi és ingatlanügyi alágazat</i>		
64 – Pénzügyi közvetítés	233	10,1
65 – Biztosítás, viszontbiztosítás, nyugdíjalapok	34	18,9
66 – Egyéb pénzügyi tevékenység	118	10,4
68 – Ingatlanügyletek	532	14,2

Adatok forrása: Cégtár Light és saját adatgyűjtés.

műszaki vizsgálat, elemzés (110 db), valamint a kissé újabbnak számító reklám, piackutatás (119 db) profilú cégek. E tevékenységek mellett már jóval kevesebb a média, a tudomány és a távközlés fizikai infrastruktúrájával közvetlenül foglalkozó, valamint az egyes művészeti ágakat képviselő cégek száma. Jól követhető az a tendencia, hogy Budapestnek a kreatív gazdaság zászlóvivő tevékenységei mellett olyan back-office tevékenységekben is jelentős a szerepe, ahol nagyobb nemzetközi cégek programozási és számviteli munkáit kell elvégezni valószínűleg relatíve alacsonyabb munkaerőköltséggel.

A pénzügyi és ingatlanügyi alágazaton belül érdemes kiemelni, hogy az ingatlanügyletek (532 db) cégcsoportja jóval nagyobb arányt képvisel a többi pénzügyi tevékenységtípushoz képest. Ide tartoznak a nagy ingatlankezelő cégek mellett az ingatlanközvetítők és vagyongazdálkodók is. Ez jelzi Budapest gazdasági átalakulását az ingatlanpiaci folyamatokhoz kapcsolódó cégek alapján. Ezek a tevékenységek leggyakrabban fogva irodaigényesek.

A cégek átlagos életkora indikátora lehet az egyes tevékenységek megjelenésének és elterjedésének a bériródaház-piacon. Adataink tevékenységi körönként, illetve főbb ágazatonként nem mutatnak nagy különbséget (5. táblázat); az átlagos cégéletkor 12 év. Ehhez viszonyítva a kreatív szolgáltatások cégei fiatalabbak (10,9 év), azonban az irodaházakban működő vállalkozások között egyáltalán nem tekinthetők a legfiatalabbaknak. Ha az egyetlen céggel rendelkező 91. számú tevékenységi kört figyelmen kívül hagyjuk, akkor a legfiatalabb kreatív tevékenységi kör a sport, szórakoztató, szabadidős tevékenység átlagosan 8,6 évvel, de megtalálhatjuk a kicsit több mint átlag 15 éves távközlés vállalkozásait is a csoportban. Sajnos adataink egyelőre nem nyújtanak támpontot a kreatív ipar belső struktúrájának feltárásához, mivel az irodaházak jelentős részében hosszú távú bérleti szerződést csak megbízható, régóta jövedelmezően működő céggel kötnek. A pénzügyi, kereskedelmi és egyéb szolgáltatások mellett a kreatív cégek közül a nagyobbak és stabilabbak nagy arányban vannak reprezentálva a bériródaházak használoi között.

5. táblázat: A minta cégeinek kora ágazatok szerint (2017)

The age of the firms in the sample by aggregated sectors (2017)

Ágazat	A cégek átlagos kora (év)	A cégek száma a mintában (db)
Mezőgazdaság (A)	10,7	6
Ipar (B, C, D, E)	14,2	213
Építőipar (F)	11,2	111
Kereskedelem, gépjárműjavítás (G)	13,4	583
Pénzügyek, ingatlanügyletek (K, L)	12,8	917
Kreatív szolgáltatások (I, M, R)	10,9	1455
Egyéb szolgáltatások (H, N, O, P, Q, S)	10,8	557
Ismeretlen tevékenységű cégek	13,2	196
Összesen	12,0	4038

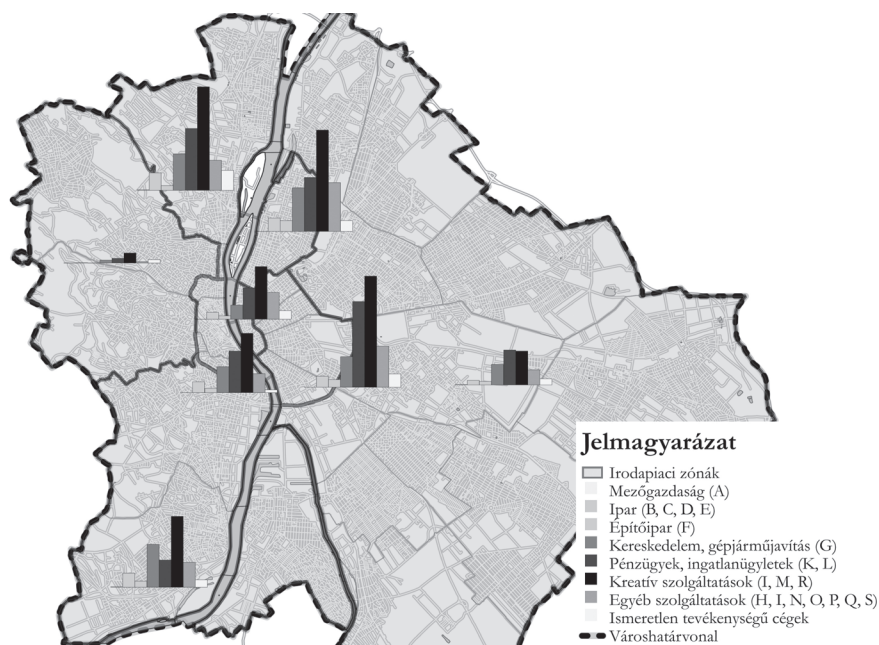
Adatok forrása: Cégtár Light és saját adatgyűjtés.

Ahogy a tanulmány módszertani fejezetében már kitértünk rá, az adatbázisba került cégek adatai nem adnak lehetőséget cégméret szerinti összehasonlításra, de az adatok alapján annyi elmondható, hogy a felmért cégek túlnyomó többsége mikrovállalkozás. Ez jól mutatja Budapesten is azt a tendenciát, hogy az új gazdaságot a kis- és mikrovállalkozások jellemzik. A fővárosban végzett korábbi kutatások azt is leírták, hogy habár e cégek mérete nem feltétlenül indokolná az irodaházak zónákba települést, mégis jelentős részük Budapest irodaházait választja tevékenysége színhelyéül (Baji 2015).

Szakosodás az irodapiaci zónák között

Adatbázisunk lehetőséget ad arra, hogy elemzésünkbe beemeljük az ingatlanpiac sajátosságait vizsgáló intézetek (ESTON, Colliers, ELTINGA) által elemzési keretként használt és viszonylag egységesen meghatározott irodapiaci zónákat (Horváth et al. 2013). Méretük alapján egyértelműen a pesti zónák vannak túlsúlyban (65,2%). Ennek ellenére a tevékenységtípusokban nagy területi egyenlőtlenségeket nem találtunk (2. ábra), vagyis bizonyos ágazatokhoz (álágazatokhoz) tartozó cégek megoszlásában nincs irodapiaci zóna szerinti különbség. Minden zónában

2. ábra: A minta cégeinek ágazati megoszlása az irodapiaci zónákban (2017)
Distribution of the firms in sample by aggregated sectors in office market zones (2017)



Forrás: saját adatgyűjtés.

közel azonos a cégek számaránya a mezőgazdaságban, a filmgyártás és műsor-összeállítás, a távközlés és információs szolgáltatás, az építésmérnöki és egyéb szakmai, tudományos, műszaki tevékenység, valamint a művészet, szórakoztatás ágazataiban. A többi tevékenységtípusnál kimutathatók területi különbségek, melyek elemzésére a következő alfejezetekben térünk ki.

A budapesti új központi üzleti negyed, a Váci úti irodafolyosó

Az elemzők szerint az utóbbi évtized legnagyobb irodapiaci zónája a Váci út két oldalán (XIII. kerület) alakult ki (6. táblázat). 2017-ben a teljes irodaállomány közel negyede koncentrált ide, és a felmérésünk azt jelzi, hogy itt van az egy cégre jutó legnagyobb irodaterület is. A zóna történeti fejlődését tekintve kétarcú: a déli része – a Nyugati pályaudvar és az Árpád híd között elterülő Újlipótváros és környéke – mindig is szervesen kapcsolódott a Belváros gazdasági és társadalmi vérkeringéséhez. A rendszerváltás utáni beruházói érdeklődés nemcsak a jó elérhetőség, hanem a közelben tervezett (de nem megépített) kormányzati negyed miatt is erős volt. A zóna északi része a korábbi Váci út menti ipari, mára barnamezős övezet (1. ábra), melynek fejlesztéséhez a jó közlekedési adottság és a nagy szabad területek mellett önkormányzati szándék is társult (Studio Metropolitana Kht. 2013, 177.; Budapest 2030 2013, 147.).

Adatbázisunk szerint a legnagyobb irodaházzónában az építőipari, kereskedelmi és jogi, számviteli tevékenység enyhén (kevesebb mint 1,5%-kal), de felülreprezentált, nagyobb arányú az infokommunikációval és ezen belül is szoftverfejlesztéssel foglalkozó cégek, illetve az egyéb, a vizsgálatban nem kiemelt szolgáltatások kategóriájába tartozók jelenléte. Viszont enyhén alulreprezentáltak az üzletvezetési, vezetői tanácsadással foglalkozó cégek, illetve

6. táblázat: A minta cégeinek megoszlása irodapiaci zónánként
Distribution of firms in the sample by office market zones

<i>Irodapiaci zóna</i>	<i>A cégek száma (db)</i>	<i>A cégek aránya a teljes mintából (%)</i>	<i>Egy cégre jutó átlagos irodaterület (m²)</i>	<i>A zónák részesedése a teljes becsült irodaterületből (%)</i>
Belváros	386	9,6	416	6,9
Buda központ	441	10,9	439	6,5
Észak-Buda	738	18,3	330	8,5
Hegyvidék	62	1,5	331	5,3
Dél-Buda	522	12,9	524	14,5
Pest központ	807	20,0	708	23,7
Váci út	759	18,8	835	24,6
Pest nem központi	323	8,0	154	10,0
<i>Összesen</i>	<i>4038</i>	<i>100,0</i>	<i>532</i>	<i>100,0</i>

Adatok forrása: ELTINGA és saját adatgyűjtés.

kisebb arányban találhatók meg a pénz- és ingatlanügyi cégek, valamint a szakmai, tudományos és műszaki tevékenységek csoportjába tartozók is.

Pest központ, a belvárosi kerületek zónája

Budapest második legnagyobb irodapiaci zónája a VI., VII., VIII. és IX. kerületek Hungária körútig terjedő részén jött létre. A főváros legintenzívebben átalakuló része ez, melyet a különböző háttérű városrehabilitációktól kezdve az iroda- és plázaépítési beruházásokon át napjaink kulturális turisztikai boomjáig („bulinegyed”) sok folyamat alakít(ott) (1. ábra). A terület belső részére a sűrű beépítésű, 19. századi klasszikus lakóépület-állomány, szélső részére pedig a barnamezős felhagyott ipari épületek jellemzők. A fizikai adottságokból következik a belső rész irodaházainak térbeli szórtsága. A külső részen a volt (gyakran magántulajdonú) üzemi, ipari épületekbe települt irodák mellett a Váci úti klaszterhez hasonló kezdemény alakult ki, az építészeti egységes új Milleniumi Városközpont irodapiaci klaszter. Nem csodálható tehát, ha az adatgyűjtésbe bekerült cégek jelentős része itt bérel irodát, és hogy kiemelkedően magas az egy cégre jutó átlagos bérelt irodaterület (6. táblázat).

A zóna tevékenységében kiemelkedik a pénz- és ingatlanügyi cégek részese-
sedése (a teljes mintához képest +5,8 százalékponttal), viszont jóval alacsonyabb a kereskedelmi cégeké (-4,3 százalékpont). A „kreatív jelleget” a szakmai, tudományos és műszaki cégek kisebb felülreprezentáltsága (ellentétben a Váci úti zónával), valamint az infokommunikációs cégek enyhe alulreprezentáltsága adja.

Dél-Buda, a harmadik legnagyobb zóna

A dél-budai zónába (nagyreszt a XI. kerület irodaházai, kisebb részben a XXII. kerület néhány irodaépülete) koncentrálódik a budapesti teljes irodaterület-állomány 14,5%-a. A XI. kerület nagyobb útvonalai mentén, szétszórva épültek irodaházak. Egyetlen klaszter emelkedik ki ebből, az Infoparké, mely a beruházások katalizáló szerepét tekintve párhuzamba állítható a Váci úti Westend City Centerrel. A Budafoki út környéke – a fejlesztés egy évtizeddel előtti szintjén – barnamezős tükörképe a Váci út menti irodai klaszternek. Jelentős számú a kihasználatlan ingatlan, vagyis jelentős potenciállal rendelkezik ez a zóna irodaépületek építésére, melynek értékét növeli az autópályák közelsége is.

A területen belüli irodaházak cégei tevékenységi karakterükben jelentősen eltérnek az előző két zónától (2. ábra). Itt működik a legtöbb ipari (7,3%) és kereskedelmi (22%) cég. A Váci úthoz hasonlóan a programozással foglalkozó cégek is némileg felülreprezentáltak (2,1 százalékpont), mely a K+F-tevékenység, vagyis az ipar és a szoftverfejlesztés összefonódására utal. Ezt támasztják alá a Budapesti Műszaki Egyetemnek, illetve az ELTE Informatikai Karának stratégiai

együttműködései az iparral, ami hosszabb távon erősebb klaszter kialakulását teheti lehetővé a Budafoki út megújuló ipari és irodaházzónájában, például a Kopaszi-gátnál épülő új városnegyed szélein. Ez a zóna jelenleg közlekedési helyzete miatt nem tud versenyezni az M3 metróvonalat is magába foglaló Váci úttal, de a jövőbeli közlekedési fejlesztések újabb lökést adhatnak a zóna terjeszkedésének a Duna mentén. A dél-budai zóna kifejezetten „szegény” a pénz- és ingatlanügyletekkel foglalkozó, az egyéb nem kiemelt szolgáltatásokat végző és a vezetői tanácsadó, valamint piackutató cégek reprezentációjában.

Észak-Buda, a kreatív szolgáltatások „fellegvára”

Az észak-budai irodapiaci zóna, ahol a fővárosi irodakapacitás 8,5%-a, illetve adatbázisunk cégeinek 18,3%-a található, nagyrészt a III. kerületben található (2. ábra), jellemző a kevésbé jó elérhetőség, viszont vonzó a természeti környezet. Négy fő egysége van: a belvároshoz közelebb eső Szépvölgyi Irodapark és környezete, a Duna menti régi gázgyár barnamezős területére települt Graphisoft Park, az ugyancsak régi ipari területeket megújító MTVA-komplexum környéke, valamint a szétszórtan elhelyezkedő, korábban megüresedett ipari épületekbe betelepült bérirodák összessége. Az egy cégre jutó irodaterület a második legalacsonyabb a zónák között, vagyis csak közel fele a Váci út és a Pest központi zóna hasonló értékeinek (6. ábra). Ez arra utal, hogy az ide települt cégek térigénye kisebb.

Az észak-budai zóna tevékenységi köreiből az ipar és a kreatív szolgáltatások felülreprezentáltak. Ez a második olyan zóna, ahol a legtöbb kreatív cég található (277 db), ezen belül is az infokommunikációval, illetve a szakmai, tudományos és műszaki fejlesztésekkel foglalkozó vállalkozások vannak nagy számban. A kereskedelmi és egyéb nem kiemelt szolgáltatásokkal foglalkozó cégek jelenléte csekélyebb. A terület erős tudásintenzív, kreatív jellegét elsősorban a Graphisoft Park emblematis irodakomplexuma erősíti.

Belváros és Buda központ, a főváros ikerközpontjai

A budai és pesti történelmi városmag (I. és V. kerület) a főváros legrégebbi lakott területei közé tartozik, sok szempontból közös történelmi múlttal és hasonló fejlődési iránnyal. A klasszikus belváros az V. kerülettel azonosítható, Buda belső üzleti központja viszont több helyen túllépi az I. kerület határait (2. ábra). A fővárosi irodaterület 13,4%-a található itt, területileg dekoncentráltan. A modern irodák túlnyomó többsége e kerületek határain kívülre szorul, mivel a történelmi városmagban a sűrű beépítettség és a műemlékvédelem gátolja a radikális átépítéseket. A Buda központ zónában két kisebb megújult-átalakult barnamezős terület van: a Millenáris Park és a MOM Park. (1. ábra).

A két zóna irodaházaiban működő cégek tevékenysége sokszínű (2. ábra). A pénzügyi és kreatív szektor mindkét területen erős, bár a kreatívok között az infokommunikációs profil alulreprezentált, míg a szakmai, tudományos és műszaki tevékenység felülreprezentált. Érthető módon a pesti belváros irodaházaiban a kereskedelmi cégek jelennek meg kisebb számban, míg közigazgatási, oktatási szolgáltatások erősebben koncentrálódnak. A budai belvárosban viszont a kereskedelmi cégek vannak túlsúlyban. A többi zónához képest a jellegzetes különbséget az üzletvezetési, vezetői tanácsadás (14%) V. kerületi, illetve a jogi, számviteli és adószakértői tevékenységek (5,2%) I. kerületi koncentrációja adja.

Hegyvidék, a budai villanegyed irodaházai

Elemzésünkben a II. és a XII. kerület alapvetően lakófunkciójú és hasonló társadalmi struktúrájú részét nevezzük Hegyvidéknek. Ez a zóna mind a teljes budapesti irodapiacra (5,3%), mind adatgyűjtésünkben (1,5%) érthetően a legkisebb súlyt képviseli.

A Hegyvidék néhány irodaházában igen magas a kreatív szolgáltatások aránya (43,5%), ami meghatározza a zóna karakterét. Ezen belül kiemelkedő a kiadói tevékenység (4,8%), valamint a piackutatás (9,7%).

Pest külső kerületei, a peremzóna

Ez a zóna a főváros pesti oldalának külső kerületeit és Csepelt foglalja magába (2. ábra). Közös vonás az irodapiaci szempontból marginális szerep, hiszen nagyságához képest az irodaterület aránya a teljes piacból (10%) elenyésző, amit magyaráz a jellemzően kertvárosi, családi házas beépítés, illetve a felhagyott nagyipari területek még használatba nem vett vagy szétaprózott magántulajdonú épületei. Az irodaházak térben szórtan helyezkednek el (1. ábra), az adatbázisunkban szereplő cégek csupán 8%-a működik itt, és a legalacsonyabb az egy cégre jutó irodaterület nagysága (6. ábra).

A tevékenységstruktúrában a kereskedelmi és a pénzügyi, illetve az ingatlanprofilú cégek dominálnak, ezzel szemben a kreatív szféra mélyen alulreprezentált, sőt az összes zóna között itt a legalacsonyabb a kreatív cégek jelenléte (28,2%).

Következtetések

Tanulmányunkban azt a célt tűztük ki, hogy feltárjuk Budapesten az új gazdaság belvárosi térnyerését, súlypontjait, a nagyobb, tartósan jelen levő, hosszabb időn át jövedelmező cégek vizsgálatával. A kreatív (vagy új) gazdaság ágazatai-

nak városi térnyerése (vagy annak vonzása) alapvetően meghatározhatja egy városrész fejlesztési prioritásait, jövőbeli építészeti és társadalmi átalakulását is. Ahogy pedig a nemzetközi városfejlesztési gyakorlatban látható, teljesen más eredménye lehet egy várospolitikai tervezettséggel megtámogatott vagy spontán lezajló piaci klaszteresedési folyamatnak. Budapest irodapiaci zónáinak terjedését – szemben a lakhatási célú városrehabilitációs akciókkal – sokkal inkább a spontán piaci folyamatok vezérelték, mint az állami beavatkozások. A magánberuházói érdekek érvényesítése miatt az utóbbi évtized irodaépítései a városközponthoz közelebbi, jól megközelíthető, nagy kiterjedésű, kisebb beruházással szabadabb tehető területekre koncentráltak. Az irodák bérlői jórészt pénz- és ingatlanüggyel, valamint kreatív szolgáltatásokkal foglalkozó cégek. Ez utóbbi csoportban a bérlők között a műszaki, jogi vagy információs szolgáltatások nagyobb, míg az új média- és designcégek kisebb súllyal vannak jelen.

Kutatásunk azt mutatta, hogy a budapesti irodapiaci zónákra alapján véve hasonló ágazati struktúra jellemző. Budapesten – más nyugati nagyvárosokhoz hasonlóan – megfigyelhető az a tény, hogy a kreatív cégek a városok belső, magasabb presztízsű zónáit részesítik előnyben (Helbrecht 1998). Ugyanakkor a kereskedelmi és pénzügyi szféra irodai tevékenységei számára a külső zónák is megfelelő helyszínt nyújthatnak. Míg több nyugati nagyvárosban láthatunk komoly építészeti, gazdasági és társadalmi átalakuláson átesett belvárosi területeket, melyek komplex kulturális vagy kreatív klaszterré váltak, addig Budapesten ez a folyamat és térbeli koncentráció nem annyira előrehaladott. Bár vannak egyes területek a klasszikus belvároson kívül, ahol elég hely és spontán piaci érdek volt komplexebb városrészek létrehozására (pl.: Infopark, Graphisoft Park, Millenniumi Városcsopont), mégis a belváros nagyobbik része jelenleg mind a gazdasági ágazatok tekintetében a hagyományos és új gazdaság, mind a társadalom tekintetében az alacsonyabb státuszú lakosság és a magasabb státuszú állandó vagy ideiglenes lakosság (lásd bulinegyed alkalmi használói, egyetemi hallgatók, nemzetközi cégek dolgozói) dinamikus átalakuló keveredését mutatják.

Mivel a kreatív ágazatok budapesti részarányának növekedését láthatjuk és várhatjuk a jövőben is, fontos lenne további kutatásokat indítani, melyek azt vizsgálják, hogy az egyes érintett fővárosi kerületek várostervezési stratégiája mennyire számol ezekkel a folyamatokkal. A jövő fontos kérdése az is, hogy a kreatív vagy kulturális városrész felvirágzásáért milyen társadalmi áldozatokat érdemes hoznia a várospolitikának (lásd élethetetlen bulinegyed és dzsentrifikáció).

Köszönetnyilvánítás

Ezúton köszönjük Horváth Áronnak, az ELTINGA Ingatlanpiaci Kutatóközpont vezetőjének, hogy a kutatásunk számára irodapiaci adatokat bocsátott rendelkezésünkre. A kutatás támogatója az NKFIH K124940 számú, A várostervezés szociológiája – várostervezés és társadalom című projektje volt.

Irodalom

- Baji P. (2014): Az új gazdaság térnyerése a városi tér léptékeiben. In: Düll A., Izsák É. (szerk.): *Tér-rétegek: Tanulmányok a XXI. század térfordulatairól*. L'Harmattan, Budapest, 134–158.
- Baji P. (2015): Az új gazdaság térnyerése Budapest városközpontjában. *Földrajzi Közlemények*, 3., 196–212.
- Baji P. (2016): Adalékok az új gazdaság térnyerésének megismeréséhez Budapesten. *Településföldrajzi Tanulmányok*, 2., 53–69.
- Barnes, T., Hutton, T. (2009): Situating the new economy: Contingencies of regeneration and dislocation in Vancouver's inner city. *Urban Studies*, 5–6., 1247–1269. <http://doi.org/fhghjr>
- Budapest Főváros Főpolgármesteri Hivatal (2003): *Budapest Városfejlesztési Koncepció*. Budapest
- Budapest Főváros Főpolgármesteri Hivatal (2013): *Budapest 2030 – hosszú távú városfejlesztési koncepció*. Budapest
- Budapest Főváros Főpolgármesteri Hivatal (2014): *ITS Budapest Stratégia 2020*. Budapest
- Casellas, A., Pallares-Barbera, M. (2009): Public-sector intervention in embodying the new economy in inner urban areas: The Barcelona experience. *Urban Studies*, 5–6., 1137–1155. <http://doi.org/fjzpn9>
- Chegut, A., Eichholtz, P., Kok, N. (2014): Supply, demand and the value of green buildings. *Urban Studies*, 1., 22–43. <http://doi.org/f5k9s9>
- Csanádi, G., Csizmady, A., Olt, G. (2010): Recent trends in urban renewal in Budapest. *Urban Izziv*, 1., 117–125.
- Czifrusz, M. (2014): Obliterating creative capital? Urban governance of creative industries in post-socialist Budapest. *Europe XXI*, 26., 85–96. <http://doi.org/c2nb>
- Dániel Zs. (1996): A bérlet-közvetítés-paradoxona. Nemzeti ajándék vagy ráfizetés? *Közgazdasági Szemle*, március, 204–230.
- Egedy T. (2006): A városrehabilitációs stratégiák szerepe az épület- és lakásállomány megújulásában. *Tér és Társadalom*, 1., 37–56. <http://doi.org/c2nc>
- Egedy T. (2017): Városfejlesztési paradigmák az új évezredben – A kreatív város és az okos város. *Földrajzi Közlemények*, 3., 254–262.
- Evans, G. (2009): Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies*, 5–6., 1003–1040. <http://doi.org/frv79g>
- Florida, R. (2005): *Cities and the creative class*. Routledge, New York, London
- Florida, R. (2012): *The rise of the creative class: Revisited*. Basic Books, New York
- Gibson-Graham, J. K. (1996): *The end of capitalism as we knew it. A feminist critique of political economy*. University of Minnesota Press, Minnesota
- Glaeser, E. L., Kolko, J., Saiz, A. (2001): Consumer city. *Journal of Economic Geography*, 1., 27–50. <http://doi.org/dc54x6>
- Gospodini, A. (2006): Portraying, classifying and understanding the emerging landscapes in the post-industrial city. *Cities*, 5., 311–330. <http://doi.org/bmkzb8>
- Gospodini, A. (2009): Post-industrial trajectories of Mediterranean European cities: The case of post-olimpics Athens. *Urban Studies*, 5–6., 1157–1186. <http://doi.org/frth33>
- Gurran, N., Phibbs, P. (2017): When tourists move in: How should urban planners respond to Airbnb? *Journal of the American Planning Association*, 1., 80–92. <http://doi.org/c2nd>
- Hegedüs J., Tosics I. (1998): A közép-kelet-európai lakásrendszerek alakulása. *Szociológiai Szemle*, 2., 5–31.
- Heinze, S. L., Ying Yip, A. B., Yu Xing, M. L. (2013): The influence of green building certification schemes on real estate investor behaviour: Evidence from Singapore. *Urban Studies*, 10., 1970–1987. <http://doi.org/c2nf>
- Helbrecht, I. (1998): The creative metropolis. services, symbols and spaces. *International Journal of Architectural Theory*, 1., 1–13.
- Ho, K. C. (2009): The neighbourhood in the creative economy: Policy, practice and place in Singapore. *Urban Studies*, 5–6., 1187–1201. <http://doi.org/d6359s>
- Horváth Á., Czinkán N., Dankó S., Farkas M., Göndör L., Révész G., Soóki-Tóth G. (2013): A budapesti irodapiac térszerkezete. *Tér és Társadalom*, 1., 52–65. <http://doi.org/c2m9>

- Horváth, Á., Soóki-Tóth, G. (2014): On urban hierarchy in the Budapest Metropolitan Area. In: Nozeman, E. F., Van der Vlist, A. (eds.): *European metropolitan commercial real estate markets*. Springer, Berlin, Heidelberg, 163–196. <http://doi.org/c2ng>
- Hutton, T. A. (2008): *The new economy of the inner city. Restructuring, regeneration and dislocation in the twenty-first-century metropolis*. Routledge, New York
- Indergaard, M. (2009): What the make of New York's new economy? The politics of the creative field. *Urban Studies*, 5–6., 1063–1093. <http://doi.org/b54tmg>
- Jang, M., Kang, C. D. (2016): The effects of urban greenways on the geography of office sectors and employment density in Seoul, Korea. *Urban Studies*, 5., 1022–1041. <http://doi.org/f8db5g>
- Kasza S., Bacsá T., Bunovác D. (szerk.) (1998): *Budapest kézikönyve. I–II. kötet*. Ceba Kiadó, Budapest
- Kipins, B. (1998): Spatial reach of office firms: Case study in the metropolitan CBD of Tel Aviv, Israel. *Geografiska Annaler B*, 1., 17–28. <http://doi.org/bqm747>
- Kovács Z. (1992): A budapesti bérlakásszektor privatizációjának társadalmi és városszerkezeti hatásai. *Tér és Társadalom*, 3–4., 55–73. <http://doi.org/c2nh>
- Kukely Gy., Barta Gy., Beluszky P., Győri R. (2006): Barnamezős területek rehabilitációja Budapesten. *Tér és Társadalom*, 1., 57–71. <http://doi.org/c2nj>
- Lee, D. (2016): How airbnb short-term rentals exacerbate Los Angeles's affordable housing crisis: Analysis and policy recommendations. *Harvard Law & Policy Review*, 10., 229–253.
- Ley, D. (2003): Artists, aestheticisation and the field of gentrification. *Urban Studies*, 12., 2527–2544. <http://doi.org/d2wfxz>
- Llop, L. N. (2017): A policy approach to the impact of tourist dwellings in condominiums and neighborhoods in Barcelona. *Urban Research & Practice*, 1., 120–129. <http://doi.org/c2nk>
- McNeill, D., While, A. (2001): The new urban economies. In: Paddison, R. (ed.): *Handbook of urban studies*. Sage, London, Thousand Oaks, New Delhi, 296–307. <http://doi.org/c2nm>
- Megadja G. (2008): A kreatív osztály szárnyalása? *Kommentár*, 4., 54–60.
- Nappi-Choulet, I., Decamps, A. (2013): Can sustainability enhance business district attractiveness? A survey of corporate property decisions in France. *Urban Studies*, 16., 3283–3304. <http://doi.org/c2nn>
- Peck, J. (2005): Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 4., 740–770. <http://doi.org/dmtnr7>
- Pratt, A. C. (2009): Urban regeneration: From the arts 'feel good' factor to the cultural economy: A case study of Hoxton, London. *Urban Studies*, 5–6., 1041–1061. <http://doi.org/bncx27>
- Pratt, A. C. (2010): Creative cities: Tensions within and between social, cultural and economic development. A critical reading of the UK experience. *City, Culture and Society*, 1., 13–20. <http://doi.org/ccqbf8>
- Ross, A. (2004): Dot.com urbanism. In: Cloudry, N., McCarthy, A. (eds.): *Mediaspace: Place, scale and culture in a media age comedia*. Routledge, London, New York
- Scott, A. J. (1997): The cultural economy of cities. *International Journal for Urban and Regional Research*, 2., 321–339. <http://doi.org/fmd57h>
- Shutters, T. S., Muneeppeerakul, R., Lobo, J. (2016): Constrained pathways to a creative urban economy. *Urban Studies*, 16., 3439–3454. <http://doi.org/f9bf6t>
- Storper, M., Venables, A. J. (2004): Buzz: Face-to-face contact and the urban economy. *Journal of Economic Geography*, 4., 351–370. <http://doi.org/fnkfx7>
- Studio Metropolitana Kht. (2013): *Budapest főváros integrált városfejlesztési stratégiája*. Budapest
- Tomay K. (2006): Slumosodás és városrehabilitáció Budapesten. *Tér és Társadalom*, 1., 93–107. <http://doi.org/c2np>
- Zheng, J. (2011): 'Creative industry clusters' and the 'entrepreneurial city' of Shanghai. *Urban Studies*, 16., 3561–3582. <http://doi.org/ch5xvs>