

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Békési Adrienn

Megváltozott piaci igények járványhelyzet idején

A belföldi turizmus tükrében

Szakedolgozat kivonat

Megváltozott piaci igények járványhelyzet idején – a belföldi turizmus tükrében

Békési Adrienn

Turizmus-vendéglátás alapszak, nappali tagozat
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Belső témavezető: Prof. Dr. Dávid Lóránt Dénes, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem,
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Szakedolgozatomban a megváltozott piaci igényeket vizsgálom járványhelyzet idején, a belföldi turizmus tükrében. Arra voltam kíváncsi, hogy a COVID-19 miatt hirtelen megváltozó körülmények - határlezárások, bizonytalanság, egészségügyi kockázat, home office - hogyan írták át a hazai utazási szokásokat, és ehhez milyen módon próbáltak igazodni a turisztikai szolgáltatók. Az is előnyt jelentett, hogy így közel öt éves távlatból tudtam ránézni a jelenségre, vagyis már sokkal több hazai és nemzetközi kutatás, statisztika és szakmai anyag állt rendelkezésre, ami megerősítette vagy árnyalta a következtetéseket.

A szakirodalmi rész első fejezetében azt mutattam be, hogy a járványok a turizmus történetében mindig hasonló mintázatot okoztak. Először a nemzetközi mobilitás esik vissza, a határlezárások és karanténok miatt gyakorlatilag leáll a beutazó forgalom, és csak azután kezd lassan helyreállni a kereslet. Ezt történeti példákkal (spanyolnátha, SARS) és a COVID-19 első éveivel vettem össze, rámutatva, hogy a globalizált, erősen nemzetközi turizmus ma sokkal sérülékenyebb, ezért volt 2020-ban ennyire látványos a visszaesés. Ugyanitt szó volt azokról az uniós és hazai válságkezelő lépésekről (pl. turizmus újraindítását támogató programok, SZÉP-kártya-keret bővítése), amelyek a szektort igyekeztek életben tartani.

A következő, belföldi turizmust bemutató fejezetben már kifejezetten a magyar piac sajátosságaira fókuszáltam. Először tisztáztam a turisztikai kereslet és kínálat fogalmait, majd azt, hogy a belföldi utazó megjelenéséhez milyen alapfeltételek kellene (motiváció, szabadidő, diszkrecionális jövedelem). Ezt követően rátértem arra, hogy a pandémia idején ezek a feltételek nem eltűntek, hanem átrendeződtek. A biztonság, a jól kommunikált higiénés szabályok, az autóval megközelítés és a kisebb kapacitású szálláshelyek váltak meghatározóvá. Levontam azt a megállapítást is, hogy válságban a belföldi turizmus az a szegmens, amelyik leginkább képes stabilizálni az ágazatot, ez történt Magyarországon is 2020-2021-ben. Ezt egy olyan fejezettel egészítettem ki, amelyben a turizmusbiztonság és a szolgáltatói alkalmazkodás

fő elemeit mutattam be. Ide tartozott a Magyar Turisztikai Ügynökség COVID-kézikönyvének ajánlásrendszere, az érintkezésmentes vagy minimális kontaktussal járó folyamatok bevezetése, a rugalmas lemondási feltételek kialakítása, valamint az online kommunikáció felértékelődése. Rámutattam arra is, hogy ezek a megoldások nem „extra” szolgáltatások lettek, hanem rövid idő alatt piaci elvárássá váltak, mert a vendégek döntéseit közvetlenül befolyásolták.

A kutatási szekcióban a saját online kérdőíves kutatásomat (n = 131) ismertettem, amelyet KSH, NTAK- és Google Trends-adatokkal támasztottam alá. A válaszok egybeestek az országos adatokkal. A járvány idején a belföldi utazások kerültek előtérbe, azon belül pedig a vízparti (Balaton, Tisza-tó) és zöld, szabadtéri desztinációk. A kérdőív kitöltők jelentős része kifejezetten kerülte a zsúfolt városi helyszíneket, és szívesebben választott különálló apartmant, vendégházat, kabinházat vagy glampinget. A hipotéziseim közül így az igazolódott teljes mértékben, hogy a belföldi turizmus szerepe látványosan megnőtt, és ez új lehetőségeket nyitott a szolgáltatók előtt. Részben igazolódott az az állításom, hogy új szállástípusok jelentek meg trendként. Valóban előtérbe kerültek a szeparáltabb, természetközelibb magán szálláshelyek/kabinházak, de nem futó trendhullámként, hanem tartós szegmensként beépültek a kínálatba. Harmadik hipotézisem nem kapott megerősítést, miszerint a digitális vagy virtuális turizmus helyettesíteni tudta volna az utazást. A válaszadók többsége ezeket csak kiegészítő információként/szolgáltatásként venné igénybe, ezt a kérdőívem mellett a nemzetközi kutatások is alátámasztották.

Következtetésként azt tudtam levonni, hogy a 2019-2023 közötti időszak nem egyszeri kilengés volt, hanem olyan irányváltás, amely 2025-ben is látható: Erősebb belföld, felértékelődött természetközeleli és kisebb magán szálláshelyek, valamint olyan utazó, aki elvárja a biztonságot, az átláthatóságot és a rugalmasságot. Ezért javaslom, hogy a turisztikai szolgáltatók tartsák meg a járvány alatt bevezetett jó gyakorlatokat (rugalmas lemondás, érintkezésmentes folyamatok, erős online jelenlét, szezonon kívüli kampányok), mert ezek nemcsak a vendégigényekhez illeszkednek, hanem válságállóbbá is teszik az ágazatot.