

SZAKDOLGOZAT

Fáncsik Nikolett

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
turizmus-vendéglátás alapképzési szak

A környezet változásának hatásai Magyarország
turizmusában

Belső konzulens: Dr. Molnár Csilla
egyetemi docens

Belső konzulens Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

intézete/tanszéke: Fenntartható turizmus Tanszék

Készítette: Fáncsik Nikolett

Gödöllő

2024

Tartalomjegyzék

1	Bevezetés és célkitűzések	2
2	Szakirodalmi áttekintés	4
2.1	A turizmus értelmezése és rendszere	4
2.1.1	Környezeti meghatározottság	6
2.1.2	A turisztikai kereslet	9
2.1.3	A turizmus kínálata	11
2.2	A turizmus trendjei	15
2.3	Magyarország turizmusa	21
2.3.1	Változások a turizmus makro-környezetében	21
2.3.2	Turisztikai kínálat	26
2.3.3	A turisztikai kereslet alakulása 2010 – 2023	29
3	Anyag és módszer	33
3.1	Hipotézisek	33
3.2	Alkalmazott módszerek	34
4	Eredmények és értékelésük	37
5	Következtetések és javaslatok	48
6	Összefoglalás	53
7	Irodalomjegyzék	54
8	Ábrák és táblázatok jegyzéke	60
9	Mellékletek	61
	Nyilatkozatok	70

1 Bevezetés és célkitűzések

A turizmus az egyik olyan ágazat, amely érzékenyen reagál a globális eseményekre és változásokra. Az elmúlt években a turizmus piaci környezetben zajló események (közte első sorban a 2019 végén kirobbant COVID-19 világjárvány, majd 2022 februárjától az orosz-ukrán konfliktus) jelentős változásokat hoztak és befolyásolták az utazási szokásokat, a turisztikai desztinációk lehetőségeit és a vállalkozások működési környezetét. A koronavírus járvány miatti intézkedések a gazdaság minden területén, de elsősorban a turizmusban éreztették hatásaikat. Az utazás korlátozások, a határok lezárása és az egészségügyi óvintézkedések bevezetése miatt ellehetetlenültek a nemzetközi utazások, melynek következtében számos vállalkozás és szolgáltató került kritikus helyzetbe, az iparág szereplői számára hatalmas kihívásokat jelentett a túlélésért való küzdelem. A turisztikai vállalkozások (szállás- és vendéglátóhelyek, utazás- és rendezvényszervezők stb.) munkaerőpiacán egyrészt a kényszerű elbocsátások híre és/vagy a munkaidő és fizetés csökkentése bizalomvesztéshez vezetett és sokan a pandémia lecsengése után sem tértek vissza a turizmusba, ami jelentős munkaerőpiaci problémákat okoz még napjainkban is. Az orosz-ukrán konfliktus a politikai és biztonsági kockázatok mellett - melyek megnehezítették a turisták számára az utazást és befolyásolták az utazási döntéseket - megváltoztatta a nemcsak az érintett területek lehetőségét a látogatók fogadására, de a közeli desztinációk iránti érdeklődésre is kihatott, valamint az orosz és ukrán vendégek számának drasztikus csökkenéséhez vezetett. A háború komoly gazdasági következményeket is hozott, hiszen a kialakult energiaválság megdrágította a mindennapi életet és jelentősen megnehezítette a turisztikai szolgáltatók működését. Mindemellert Magyarországon a forint árfolyamának romlása és a nagyon magas infláció is nehézségeket okoz.

Ezen háttérrel szakdolgozatom elsődleges célja, hogy átfogóan elemezze és értékelje mind a koronavírus járvány, mind az orosz-ukrán konfliktus hatásait a turizmusra. A vizsgálat kiterjed a turisztikai kereslet és kínálat változásaira, a turisztikai iparág gazdasági szempontú hatásaira, valamint az egyes desztinációk és turisztikai vállalkozások reakciójára. Célom továbbá az is, hogy megértsük az események hosszú távú hatásait és azokat a stratégiai lépéseket, amelyeket az érintett szereplők megtesznek a helyreállítás és a fenntartható fejlődés érdekében.

Kutatási kérdéseim a következők:

- A turizmus nemzetközi piacán az elmúlt években megfigyelhető utazási trendek ugyanúgy jelentkeznek-e a hazai lakosság utazásai során is?

- Mennyire és hogyan befolyásolja a magyarok utazási kedvét a gazdasági- és politika környezet megváltozása?
- Növekszik-e az utazási biztosítást igénylők száma?
- Milyen kommunikációs csatornák befolyásolják a turisták információ szerzését és döntéshozatalát a koronavírus járvány és az orosz ukrán konfliktus időszakában?
- Okoz e problémát a külföldről érkező vendégek szempontjából, hogy a szomszédos országban háború dúl?
- Okoznak e feszültséget a háborúban érintett nemzetiségek jelenléte a szálláshelyeken?
- A jelenlegi gazdasági helyzet hogyan hat a szállásadókra?

2 Szakirodalmi áttekintés

2.1 A turizmus értelmezése és rendszere

A **turizmus fogalomrendszere** rendkívül összetett, mai értelmezése pedig hosszú idő elteltével alakult ki. Magát a turizmust több szemszögből is értelmezhetjük: a turista számára az élmények keresését jelenti; a vállalkozó célja a profit elérése; a fogadóterületnek bevételeket hozó, gazdasági előnyöket és a vidékfejlesztés lehetőségét megteremtő tevékenységről van szó, továbbá lehetőséget ad az ismertség elérésére, növelésére; míg maga a vendéglátói közösség számára munkahelyeket teremt, jövedelmeket generál, ezáltal hozzájárul az életminőség javítására (Michalkó, 2016). A Turisztikai Világszervezet (WTO, később UNWTO, mai nevén UN Tourism) 1989-es Hágai nyilatkozatában így fogalmazta meg a turizmus lényegét: *„A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását függetlenül annak indítékától (kivéve a letelepedési szándékot és a folyamatos kereső tevékenységet); másrészt ide sorolandóak az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-, technikai- és szervezeti feltételek és szolgáltatások”* (Michalkó, 2016. 21. old). Közel három évtizeddel később ez az értelmezés újragondolást igényelt, ugyanis a 21. században a lakó és munkahelyen kívüliség már önmagában nem azt a fajta helyváltoztatást jelenti, amely a világ turizmusának résztvevőit jellemzi. A téliesített üdülőházak, apartmanok, kempingek lakóautói, különböző országokban megtalálható rokonok, ismerősök vendégszobái, második és sokadik otthonok dinamikus életformára adnak lehetőséget. A munkahelyre vonatkozó kategorikusság sem értelmezhető már napjainkban. Modernebb felfogású szemléletnek tekinthető éppen ezért Michalkó (2007) megfogalmazása, miszerint a turizmus: *„...az egyén élményszerzéssel párosuló környezetváltozása”* *„...melynek során szolgáltatásokat vesz igénybe”*. A definíció középpontjában az élmény áll, hiszen az élmény a turizmus kulcsfontosságú tényezője.

A turizmus **határstatisztikai értelmezésével** először az ENSZ római konferenciája foglalkozott 1963-ban. Célja, hogy az utazók helyváltoztatásával kapcsolatos információk összehasonlíthatók legyenek. Határstatisztikai értelemben egységesen látogatónak nevezzük a nemzetközi turistaforgalomban résztvevőket. Az egynapos látogatók közül a kirándulók esetében az adott országba való be és kilépés határszakasza megegyezik, illetve kevesebb mint 24 óra alatt vissza is térnek abba az államba, ahonnan érkeztek. Átutazónak nevezünk minden olyan külföldi állampolgárt, aki kevesebb mint 24 órát tölt el az ország területén, ugyanakkor a be és kilépésének határszakasza eltér egymástól. Magyarország turizmusában a centrális

fekvésnek köszönhetően az átutazó forgalomnak meghatározó szerepe van. A több napos látogatók a hagyományos értelemben vett turisták, akik legalább 24 órát eltöltenek a felkeresett desztinációban. A turizmushoz kötődő szolgáltatások igénybevétele valamennyi kategóriában megjelenhet, leginkább a vendéglátásban (Lengyel, 2004) (Michalkó, 2016).

Attól függően, hogy az utazás az emberi lét mely szegmensére gyakorol nagyobb hatást beszélhetünk hivatás (business) és szabadidős (leisure) turizmusról. A **turizmus fajtái** között alapvető különbségek, hogy az utazási döntést ki hozza meg, ki a költségek finanszírozója és mekkora a tartózkodás során végzett tevékenységekre jellemző időráfordítás. **Szabadidős turizmus** alatt mindazokat a turisztikai tevékenységeket értjük, amelyeken az ember munkaidején kívül, legtöbbször önálló döntés következtében vesz részt. A szabadidős turista bizonyos jogszabályi kereteken belül (vízumköteles országok esetében beutazási engedélyt kell kérni) önmaga határozza meg azt a célterületet és választja ki azt a szolgáltatót, amelyet fel kíván keresni. Maga dönt az utazás időpontjáról, a meglátogatott helyen történő tartózkodás hosszáról, illetve a költségeket is saját maga fedezi. A szabadidős utazások legfőbb motivációja a kikapcsolódás, a hétköznapi stresszes és monoton környezetből történő kiszakadás. **Hivatás turizmus** alatt azokat az utazásokat értjük, melyek az egyén foglalkozásának végzésével összefüggésbe hozhatók. Ezesetben az utazásról és a tartózkodás alatt végzendő tevékenységről a munkáltató (kiküldő szervezet) dönt, illetve az utazás alapvető költségei is a munkáltatót terhelik. A hivatás turizmus részét képezik az üzleti utazások (meeting business), az ösztönző utazások (incentive tourism), a konferencián való részvétel (congress tourism), ugyanakkor ide tartozik a művészek vendégszereplése, a sportolók és szakmai kísérőik versenyeken való részvétele vagy a tanulmányúton való részvétel is (Lengyel, 2004) (Michalkó, 2016) (Morrison – Lehto – Day, 2018).

A **turizmus formái** lehetnek a tömeg- és az alternatív turizmus. Az **alternatív turizmus**ban kevesebb az ugyanazon a helyszínen, illetve a programokon résztvevők száma, a turisták aktivitása egyénileg, vagy csoportosan testesül meg. Az alternatív turizmus lényege, hogy a szolgáltatók nagyobb figyelmet fordítanak az egyén érdeklődésre és annak kielégítésére, vagyis a hagyományos szolgáltatásokkal ellentétben személyre szóló alternatívákat is felkínálnak. Ennek köszönhetően közvetlenebb viszony alakul ki a turista és az őt körülvevő környezet között. Az alternatív turizmus esetén a termékek előállítása összhangban van a desztináció természeti, kulturális és gazdasági adottságaival, ezért a környezet megfigyelése, megóvása meghatározó tevékenységként jelentkezik. Ezzel szemben a **tömegturizmust** nagy turista létszám jellemzi, a szolgáltatások előállítása tömegtermeléssel történik ezért a kapott élmények kevésbé különböznek. Az új attrakciók kialakítása nem a helyi lakosok, hanem a

turisztikai vállalkozások nevéhez fűződnek. A tömegturizmusban résztvevő vendég kapcsolata a szolgáltatókkal jellemzően felületes, személyes kapcsolat ritkán alakul ki. A turizmus ezen fajtája kevesebb figyelmet szentel a fenntarthatóságnak, a tömeghatás érvényesülése miatt több normasértő magatartás (szemetelés) jellemző (Michalkó, 2016) (Gonda, 2022)

Végül a **turizmus termékszemplétű értelmezésére** kell kitérnünk. A turisztikai termék a vonzerőn alapuló szolgáltatások összességét jelenti. A turista számára egy komplex szolgáltatáshalmazt jelent, mely képes valamennyi szükséglet kielégítésére (Kardos, 2011). Michalkó értelmezésében minden turisztikai terméknek négy lényegi összetevője van (4A): a vonzerő (attraction), a megközelítés (access), a hozzáállás (attitude) és az elszállásolás (accomodation). A turisztikai termékeket többféleképpen csoportosíthatjuk, így tevékenység (például egészségturizmus, hivatásturizmus), tér (így a városi turizmus vagy a falusi turizmus), illetve piaci szegmensek alapján (ide tartoznak az ifjúsági vagy a senior turizmus, a fogyatékossgal élők vagy az LMBTQ szegmens turizmusa is) (Michalkó, 2011) (Gonda, 2016)

A turizmus rendszere egy olyan bonyolult, összetett rendszer, amelyben az egyes tevékenységek és azokban résztvevők kölcsönösen függenek egymástól, illetve hatnak egymásra. Dinamikus rendszernek tekinthetjük, ugyanis állandóan változik, mely változásokkal a turisztikai fogadóterületeknek és vállalkozásoknak tisztában kell lenniük, hogy a keresletet teremtő utazók igényeit, elvárásait a lehető legjobban kielégíthessék, ezáltal a globalizálódó piacon egyre élesedő versenyben eredményesen helytállhassanak (Lengyel, 2004).

A rendszer központi eleme a turizmusgazdaság, e fogalom alatt a turisztikai szolgáltatások iránt megnyilvánuló igények kielégítése céljából, erőforrások felhasználásával létrehozott és a piacon kínált szolgáltatások összességét, azaz magát a turisztikai kínálatot értjük (Kardos, 2011). A keresletet a kínálattal a közvetítő szektor köti össze, melynek szereplői az utazásszervezők és az utazásközvetítők (utazási irodák és -ügynökségek). (Molnár, 2019)

2.1.1 Környezeti meghatározottság

Ahogy azt már említettem, a turizmus a környezetével állandó kölcsönhatásban áll. A környezet változása hat a keresletre és a kínálatra is.

A turizmus szempontjából fontos a **politikai- és jogi környezet**. A politikai környezethez tartozik a politikai berendezkedés, a hatalomgyakorlás módja, a politikai és társadalmi stabilitás vagy éppen instabilitás. A zavaros politikai helyzetek, erőszakos megmozdulások, folyamatos tüntetések sohasem kedveztek a turizmus fejlődésének. Az utcai zavargások, a biztonság hiánya

hosszabb időre is távol tartják az érintetteket egy adott fogadóterülettől. Az erőszak legdurvább formái, például a terrorizmus - főleg, ha az közvetlenül a turisták ellen irányul (lásd például: 2017-ben Barcelona központjában történt terrortámadás) a biztonságot kereső utazók számára visszatartó erőt jelentenek. Háborús környezetbe (lásd például a hazánk szomszédjában jelenleg zajló orosz-ukrán konfliktus) az utazók túlnyomó többsége nem vágyik, sőt a beutazást a hatóságok meg is tilthatják. A politikai környezet magában foglalja az adott ország törvényhozó, végrehajtó hatalmának gyakorlását, a társadalom és szociálpolitikát, a gazdaságpolitikát, a területfejlesztés és -rendezés politikáját, illetve a környezeti és közlekedéspolitikát is (Kardos, 2011). A politikai hatalom segítheti és korlátozhatja is a turizmust. Beavatkozhat a keresleti és a kínálati oldalon zajló folyamatokba.

A piac egészséges és zavartalan működésében a **gazdasági környezet** játszik meghatározó szerepet. A turizmus alapvetően egy üzlet, melyben a vállalkozóknak elengedhetetlen szerepe van. Ha az üzleti élet szereplői nem biztosak befektetéseik megtérülésében, ha nem látnak fantáziát az adott helyszínen, akkor tőkehiányos marad a terület (még ha a turisztikai vonzerők csábítóak is). A környezetet mikroszinten azok a vállalkozások képviselik, amelyek a kínálati oldalon megjelenve a vonzerők, az infra és szuprastruktúra üzemeltetésén és működtetésén keresztül érvényesülnek. Idesorolható minden olyan vállalkozás, amely közvetve szolgálja a turizmus érdekeit, ilyenek például a mezőgazdasági termelők, a közlekedési társaságok, a pénzügyi szektor, vagy az oktatás is. Makroszinten a területi és az állami szervezetek gazdaságpolitikájában jelenik meg. Ide tartoznak az adópolitika, az árfolyampolitika, valamint a támogatások és ösztönzők rendszere (Michalkó, 2016).

A **természeti környezet** (így az éghajlat, a domborzat, a vízrajz, a növény és állatvilág) a turizmusban az egyik legfontosabb desztináció választási szempont. A természeti környezet a turisztikai beruházások szempontjából is befolyásoló tényező, gondoljunk csak arra, hogy a földtani viszonyok, a napsütéses órák száma, a széljárás, a csapadék formája és mennyisége, vagy az átlagos hőmérséklet egy szállodaberuházás telepítési tényezőihez tartozva lehetőséget vagy akár kockázatot jelenthetnek (Michalkó, 2016). A természeti környezetről szólva nem feledkezhetünk el a fenntarthatóság kérdéséről sem, melyről a trendek ismertetésekor részletesebben is kitérek. *„A fenntartható turizmus úgy elégíti ki a jelen turisták és fogadóterületek szükségleteit, hogy közben a jövő lehetőségeit védi és javítja...”* – fogalmazódik meg a Turizmus Globális Etikai Kódexében (WTO, 1999). A másik fontos tényező, amit figyelembe kell venni az a környezet teherbíróképessége, azaz *„egy desztináció képessége a turizmus fogadására minőség-romlás nélkül”* (Cooper et al, 1993)

A **technológiai környezet** általában az alap-infrastruktúra részeként jelenik meg, ez esetben a turisztikai funkciója hangsúlyosabbá válik, de kötődhet vonzerőhöz, illetve infra vagy szuprastruktúrához is. A turizmus technológiai környezete rendkívül sokoldalú, alapvetően a közlekedést, a kommunikációt, a turisztikai tevékenységeket elősegítő felszereléseket, a szálloda- és vendéglátóipari eszközöket foglalja magába. A helyváltoztatással kapcsolatos technológia a közlekedési eszközökben jelenik meg. A modern világban szinte elengedhetetlen, hogy az adott területre a lehető leggyorsabban, legkényelmesebben és a legnagyobb biztonságban juthassunk el. A közlekedés mellett a kommunikációs technológia is fontos és egyre fontosabb szerepet tölt be. Az információs és kommunikációs technológiák (IKT) az információk áramlása, közvetítése kapcsán elengedhetetlenek és jelentős változásokat hoztak a fogadóterületek és vállalkozások marketing tevékenységeiben, illetve az utazásszervezésben. A szálloda és vendéglátóipari berendezések egyrészt biztosítják a vendégek kényelmét, másrészt jelentősen megkönnyítik az ott dolgozók munkáját. Ide sorolhatjuk például mágneskártyás ajtónyitót vagy az energiatakarékos megoldásokat, illetve a konyhákban is már szinte a legújabb berendezések találhatók (Michalkó, 2016). Az elmúlt években a mesterséges intelligencia (AI) elterjedése hozott új lehetőségeket a turizmusban is (Kökény – Miskolczi, 2022)

A turizmus **társadalmi – kulturális környezete** több szempontból is vizsgálható. Meghatározó az adott hely társadalma (azaz a fogadóközösség), melynek társadalmi-kulturális hátterét a vallás, a történelmi fejlődés és az identitás képezi. Leírását segítő mutatók lehetnek a közösségen belüli mobilitás, a foglalkoztatottság, a bűnözési ráta, a tolerancia mértéke, az oktatás színvonala, a család szerepe és az egészségügyi állapot is. Ezek szoros kapcsolatban állnak az adott desztináció fogadókészségével és képességével. A társadalmi és kulturális erőforrások között a munkaerő mennyiségét és minőségét is meg kell említenünk a turizmushoz közvetlenül és közvetve tartozó területeken egyaránt. a foglalkoztatott munkaerő pontossága, fegyelmezettsége, rugalmassága, kompetenciája függ a társadalomban évszázadok alatt kialakult normáktól. Előnyt élveznek azok a térségek, ahol a turizmusnak tradíciói vannak (Puczko – Rátz, 2002) (Michalkó, 2016).

A kultúra turizmust befolyásoló elemei között kell említenünk az épített tárgyi értékeket (épületek, építészeti stílusok, művészeti alkotások), a mindennapi élethez kapcsolódó kulturális értékeket (szabadidő, gasztronómia, közlekedési eszközök), illetve a megelevenedett kultúrát (fesztiválok, karneválok, hagyományörző programok) (Jászberényi, 2020).

Egy adott társadalom turizmus iránti keresletét jelentősen befolyásolják a rá jellemző kulturális vonások, leginkább a szabadidő eltöltéséhez való viszonyulás. Ahol az utazás és a szabadidő eltöltése szoros kapcsolatban áll, ott szinte az életmód részévé válik a turizmus.

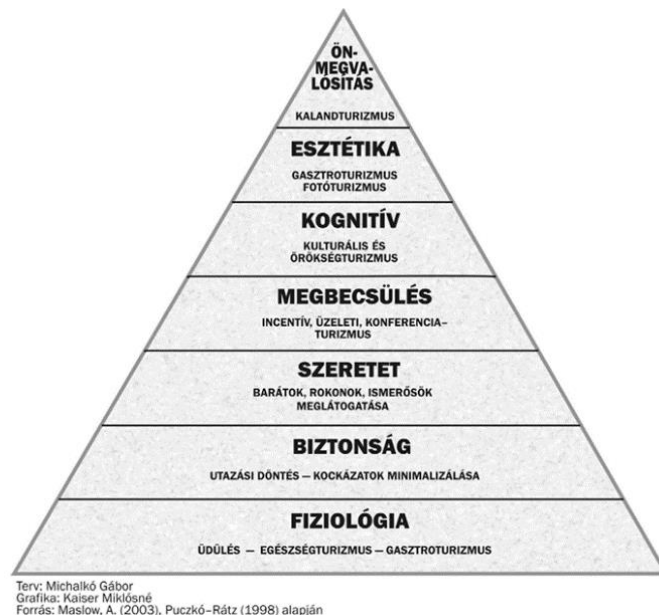
2.1.2 A turisztikai kereslet

A turizmus mozgatórugója a kereslet, melynek egyik legfontosabb tényezője a **motiváció**, amely szoros összefüggést mutat az előzőekben részletezett társadalmi-kulturális, azaz szocializációs környezettel. Ha a szabadidős turizmust vesszük alapul a turista keresletét környezetének átmeneti megváltoztatását ösztönző motivációja, rendelkezésre álló jövedelme és szabadideje együttesen váltja ki. Hivatásturizmus esetén az illető munkájának minél eredményesebb elvégzése, egzisztenciájának biztosítása jelenti a legfőbb motivációt. Robert Woodworth elmélete szerint a hiányérzet hatására az emberi szervezetben egy belső feszültség keletkezik, ennek mielőbbi leküzdését célzó magatartás váltja ki a mozgatóerőt, amely a szükséglet kielégítéséhez vezet (Michalkó, 2016).

Abraham Maslow amerikai pszichológus és filozófus munkáiban arról ír, hogy az emberi lény kielégítendő szükségletei hierarchikus sorrendbe állíthatóak. Elmélete szerint a biológiai és társas szükségleteken át az önmegvalósításig terjedően az eggyel magasabb szükségleti szint csak abban az esetben érhető el, ha az alapszükségletek már kielégítésre kerültek. Ezt a turizmusra nem ültethetjük át egyértelműen, de az bizonyos, hogy minden egyes szükséglethez a turizmus egy-egy termékcsoportja jól kapcsolható (1. ábra).

1. ábra: Mashlow féle szükséglet-elméleti piramis

(Forrás: (Michalkó, 2016) 39.old)



A **szabadidő** társadalmi szintű értelmezése körülbelül az ipari forradalom korától van jelen. Korábban a mezőgazdasági életet élő falusi népesség szabadidejét a könnyebb ház körüli munkák, a vallás gyakorlása, az ünnepekkel kapcsolatos tevékenységek tették ki. Egyes

társadalmakban, ahol az emberek sok szabadidővel rendelkeznek általában hosszabb ünnepi rituálékkal, játékokkal ütötték el az időt. A falvakban mind a mai napig a lakossággal kapcsolatos bensőséges információk megtárgyalása fontos szabadidős tevékenységnek számít (Michalkó, 2016). Manapság a pszichológusok rámutattak, hogy a szabadidőt sokkal nehezebb élvezni, mint a munkát, ugyanis célok és kapcsolatok nélkül a legtöbb ember motiváció nélkülivé válik és szorong. Sokan választják a TV előtt ücsörgést, a közösségi média böngészését és semmittevést, viszont ez a tevékenység nem okoz valódi minőségi élményt. Ahhoz, hogy a szabadidő eltöltéssel javuljon az egyén közérzete elő kell készülni, meg kell azt tervezni. Ennek egyik módja lehet a turizmusban való részvétel, ahogy azt Michalkó (2010) Boldogító utazás c. könyvében is elemzi. Ahogy arra több tudományos munka is rávilágít, napjainkban szaporodnak a tudatos időgazdálkodás új jelszavai: a Work-Life-Balance (munka-élet egyensúly) (<https://uniofglos.blog/eventsglos/2019/11/12/why-is-the-work-life-balance-important-in-the-24-7-tourism-industry/>, letöltés ideje: 2023. 03. 15), a Freizeitwert (értékes szabadidő) és a Quality Time (minőségi idő). Ahogy nő az ismertsége a túlzott munkavégzés, túlhajszolt életmód miatt kialakuló panaszoknak (kiegés, egészségügyi problémák), úgy értékelődnek fel a rekreációs tevékenységek iránti igény. Pár éve még az egyén értékét, társadalomban betöltött szerepét, fontosságát a munka és a beosztás, a „presztíz” mutatta, mára a szabadidő eltöltése (hol, kivel, mennyiért) státusszimbólummá vált (lásd közösségi média posztok tartalmának változása) (Deery – Jago, 2019).

A szabadidő eltöltésének módja (maga az utazás) számos tényező függvénye: befolyásolja a lakóhely (azon országok lakói, ahol nem található tengerpart, szívesen választanak egy tengerparti nyaralást); a kor (a fiatalabb generáció többször kevesebb időre utazik el, míg a szenior (65+) korosztály inkább kevesebbszer, de hosszabb időre), a családi életciklus (az egyedül, vagy gyermek nélkül utazók számára más tényezők a fontosak egy turisztikai desztináció, vagy szolgáltatás kiválasztásakor, mint például a kisgyermekeseknek), a nem (vannak inkább férfias és inkább nőies tevékenységek, bár a határ egyre kevésbé egyértelmű); az egészségi állapot (az idősebb korosztály egészségügyi állapotuk javítása érdekében veszik igénybe az egészségturizmus szolgáltatásait, míg a fiatalabb korosztály megelőzés, illetve a stresszes mindennapokból való kiszakadás céljából), az iskolai végzettség (utazási cél lehet ezesetben az önképzés, a nyelvtanulás és a külföldi tapasztalatok megszerzése), az anyagi helyzet (a potenciális turista a jövedelmi szintjének megfelelő árszínvonalat figyelembe véve hozza meg az utazási döntését), illetve a társadalmi és kulturális környezet (az utazásban való érintettség generációról generációra halmozódik. Ha az ember életében nincs utazásra

szocializáló környezet, akkor a motiváció nem képes kiteljesedni. A divat szintén meghatározó tényező (Michalkó, 2016) (Molnár, 2019)

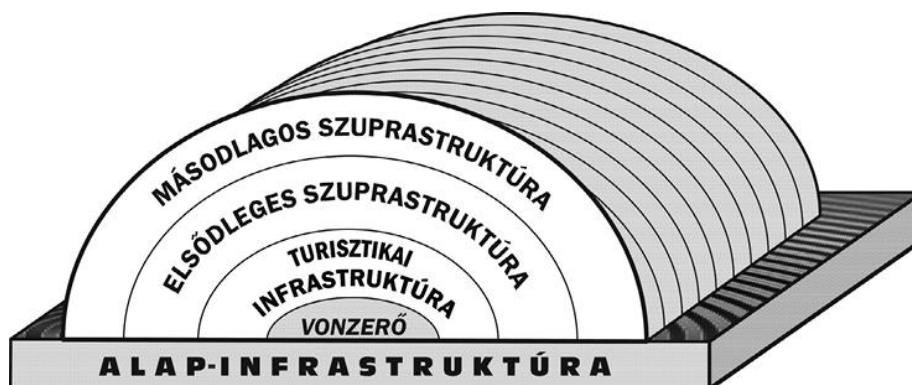
A *szabadon elkölthető (diszkrecionális) jövedelem* szintén meghatározó és meghatározza a turizmusban való részvétel lehetőségét. A fejlett világban az elmúlt évszázad egyik legnagyobb társadalmi változásokat generáló jelenség az alkalmazottak reáljövedelmének való növekedése. Természetesen a jövedelem eloszlása továbbra is egyenlőtlen, de a korábbi évtizedekhez viszonyítva jelentősen bővült a jólétben élők tábora. A turizmus és a jövedelmi viszonyok kapcsolatával összefüggésben kevés kutatási információ áll rendelkezésre, nem áll rendelkezésre elméleti vonatkozási rendszer arra vonatkozóan, hogy a különböző háztartásokon belül milyen összefüggés van a jövedelmi helyzet és az utazásra fordított költségek között. Figyelembe véve az úgynevezett „hibrid fogyasztói magatartást” (Mitev – Horváth, 2008) sokszor nem a jövedelmhelyzet, hanem az egyén preferenciája dönt a turisztikai fogyasztásban is.

2.1.3 A turizmus kínálata

A turizmus feltételrendszere (2. ábra) azokat a potenciális, illetve optimális kereteket jelenti, amelyekben a turisztikai piac kialakulhat, versenyképesé válhat. Legfontosabb kérdés, hogy a desztináció általános, helyi feltételei megfelelőek e arra, hogy ott kialakulhasson és működhessen a turizmus.

2. ábra: A turizmus tárgyi feltételeinek egymásra épülése

(Forrás: (Michalkó, 2016) 104. old.)



Terv: Michalkó Gábor
Grafika: Kaiser Miklósné
Forrás: Kaspar, C. (1992) alapján

Az **alap-infrastruktúra** egy adott település vagy létesítmény műszaki kiépítettségét, technikai ellátottságát jelenti. Magába foglalja azoknak az eszközöknek és hálózatoknak az összességét,

amelyek a mindennapi élet, a termelés és szolgáltatás zavartalanságát biztosítják, illetve a társadalom életkörülményeit javítják. Az alpinfrastruktúra turizmust is meghatározó elemei a közlekedés, a közműellátottság és a kommunikáció, azaz a 3K. A turisták kiindulási helyéről a célterületre való eljutását és az azon belüli mozgást a **közlekedési hálózatok** biztosítják. A közlekedési rendszeren belül a vasúti-, a légi- és vízi közlekedésben épültek ki azok a hálózatok, amelyek jelentős turistaforgalmat bonyolítanak le (Michalkó, 2016) (Jászberényi – Munkácsy, 2018) A közúti közlekedés lehetőségét biztosító megfelelő minőségű úthálózat, a gyors és biztonságos utazást biztosító autópálya hálózat és a távolsági autóbusz közlekedés esetében a műszakilag jó állapotban lévő, biztonságot és kényelmet kínáló járműpark elengedhetetlen. A kerékpárút hálózat a turizmusban szintén fontos. A közlekedési infrastruktúra iránti elvárások eltérőek az egyes turisztikai termékek esetében. A közlekedési eszköz kiválasztása függ az utazó személyes jellemzőitől és preferenciáitól, a távolságtól, a járat sűrűségétől, a közlekedési eszköz igénybevételenek díjától, a biztonságtól, a kényelemtől, az utazási idő hosszától és az utazó kíváncsiságától is (Veres, 2011) (Szabó – Tóth – Remenyik, 2014) (Michalkó, 2016). A **közművek** is kiemelkedő fontosságot kapnak a turizmus feltételeinek megteremtésében és fejlesztésében. Még a legnomádabb, legtermészetközeli szálláshelyeken is szükség van a korszerű közműellátásra. Például, ha nincs megfelelő szennyvízelvezetés vagy hulladék elszállítás, akkor a környéket kellemetlen szag fogja elárasztani, ami csökkenti az adott fogadóterület és szolgáltató keresletét. Minden olyan, a turista által hasznosított objektum (nyilvános WC, ivókút), amely a közműhálózatok meglétére épül, az alpinfrastruktúra részét képezi. A turizmus a **kommunikáció**val szoros szimbiózisban élő iparág, ezért az információ áramlása a versenyképesség elengedhetetlen követelménye. A vezetékeselefon összeköttetés az irodai ügyvitel alapfeltétele, az internet működéséhez, a mobiltelefon hálózatok üzemeltetéséhez pedig erősítők telepítése szükséges (Michalkó, 2016).

A **vonzerő** a turizmus (látnivaló, nevezetesség, vonzásadottság, attrakció) a kínálat központi eleme, hiszen ez ösztönzi az utazót arra, hogy az adott helyre látogasson. Minden vonzerő három tényezőből tevődik össze: maga a látvány, a hozzá kapcsolódó információk és tudás, valamint a hozzá kapcsolódó érzelmek. A vonzerőkínálat meghatározó a turizmusfejlesztés lehetősége szempontjából és szoros összefüggésben áll a keresleti oldalon már bemutatott motivációval, hiszen az utazó mindig a szükségleteinek, motivációjának megfelelő vonzerőt keresi. A vonzerők több szempont szerint csoportosíthatók: kialakulás szerint lehetnek természeti- vagy ember alkotta vonzerők; jellegük szerint lehetnek események és helyszínek; tágabb térbeli elhelyezkedésük szerint csomópont és lineáris; szűkebb térbeli elhelyezkedésük szerint kültéri és beltéri; hatókör szerint helyi, regionális, nemzetközi és

globális; vonzás erőssége szerint elsődleges és másodlagos; a látogató élménye szerint kulturális, történelmi és szórakoztató; illetve tulajdonlás formája szerint állami, önkormányzati vagy magán (Richards, 2002) (Lengyel, 2004) (Michalkó, 2016).

A **turisztikai infrastruktúra** alatt azokat a létesítményeket értjük, amelyek a vonzerő feltárását, értékesítését, illetve piacképesé tételét biztosítják. Ennek köszönhetően válnak a vonzerők a szabadidős és a hivatásturizmusban hasznosítható, turisták által fogyasztható objektumokká. Egy célterület turisztikai infrastruktúrájának statikus elemeit azok a létesítmények képezik, amelyek építészetiileg helyhez kötöttek, funkciójuk épületekben ölt testet. Ide értjük a gyógyfürdőket, kongresszusi központokat, múzeumokat. A dinamikus turisztikai infrastruktúra azokat a közlekedési eszközöket foglalja magába, amelyek egy adott célterületen belüli mobilitást biztosítják, illetve különlegességük okán a turisták érdeklődésére is számot tarthatnak (fogaskerekű, földalatti vasút, Hopp on Hopp off busz, nosztalgia villamos) (Michalkó, 2016).

„Turisztikai szuprastruktúrán az adott desztináció szálláshely- és vendéglátó-ipari kínálatát, továbbá a turista tartózkodását színesítő szolgáltatások összességét értjük. Egy célterület turisztikai szuprastruktúrája nem a turisták érkezését kiváltó elsődleges utazási céllal összefüggő vonzerő közvetlen fogyasztását, hanem magát az ott-tartózkodást szolgálja.” (Michalkó, 2016, old.: 106). Gazdasági oldalról nézve a turisztikai tevékenységben a szuprastruktúrának elengedhetetlen szerepe van, hiszen a bevételek jelentős része a vállalkozásoknál realizálódik. A szegmens sajátossága, hogy bizonyos feltételek teljesülése esetén maguk is turisztikai vonzerővé válhatnak (lásd például a tematikus szállodákat). Hasonlóan a közlekedéshez, az **elsődleges turisztikai szuprastruktúrához** tartozó szállás- és vendéglátóhelyek elvárt mennyiségét és összetételét is maga a fejleszhető turisztikai termék (végső soron a vonzerő) határozza meg. A turizmus szempontjából a szálláshelyek legnagyobb csoportját azok a kifejezetten szálláshely értékesítés céljából épített vagy átalakított és használt létesítményeket (kereskedelmi szálláshelyek: szállodák, panziók, üdülőházak, kempingek) jelentik, ahol üzletszerű tevékenység folyik, nem huzamos jellegű éjszakai ott tartózkodást, illetve pihenéssel összefüggő szolgáltatások igénybevételének biztosítása mellett egész éven át vagy idényjelleggel, folyamatos napi üzemeltetéssel. Az úgynevezett közösségi szálláshelyek (gyermek üdülők, üdülőházak, ifjúsági szállók, hegyi menedékek, egyházi intézményi szállodák) jellemzően rövid időtartamú tartózkodás célra nyújtott szálláshelyek, míg az egyéb szálláshelyek közé tartoznak a nem kizárólag szálláshely-szolgáltatás céljából létesített önálló épületek vagy annak lehatárolt részei, köztük a fizető-vendéglátás és a falusi szállásadás (Michalkó, 2016).

A vendéglátás a turizmus leggyakrabban igénybe vett szolgáltatása. legjellemzőbb szolgáltatói az éttermek, gyorséttermek, pizzériák, bárók, borozók és sörözők, büfék, palacsintázók, cukrászdák, kávé- és teaházak. A vendéglátó egységek a szuprastruktúra azon szinterei, amelyek igénybevétele során a helyi lakosság és az adott desztinációba érkező vendégek huzamosabb ideig egymás közvetlen közelébe kerülnek, így a vendéglátás közösségteremtő funkcióval bír (Michalkó, 2016).

A fogadóterületen tartózkodás élményét az úgynevezett *másodlagos turisztikai szuprastruktúra* is meghatározza. Ide a kiskereskedelmi ellátás és az egyéb, például a látogatók személyes igényeinek kielégítésében vagy a helyi helyváltoztatásuk elősegítésében szerepet játszó szolgáltatások tartoznak. Bár a különböző boltokat, piacokat, pénzváltó helyeket, a gépkocsi, kerékpár, sporteszköz kölcsönzőket, egészségügyi és beauty szolgáltatókat, vagy a személyszállítás szolgáltatóit (taxi, sofőrszolgálat, közlekedési eszköz megosztó szolgáltatások) nem csak és elsősorban a látogatók veszik igénybe, fontos szerepet játszanak a területet ideiglenesen felkeresők szempontjából is, sőt esetenként vonzerőt is jelenthetnek.

A kínálat elemein belül mindenképpen meghatározó – és szakdolgozatom témája szempontjából különös fontossággal bír - a **biztonság** kérdésköre, amely annak ellenére, hogy meghatározására számtalan megközelítést találhatunk, nehezen megfogalmazható. A biztonság és a kockázat kérdésének jelenléte befolyásolja a térbeli folyamatokat, és a turisztikai fogyasztói magatartást is (Bogáromi – Malota, 2017) Amikor turizmusbiztonságról beszélünk öt fontosabb összetevőt különböztetünk meg egymástól. A *katonai biztonság* objektív és szubjektív megítélése az elmúlt években – egészen a 2022 februárjában kirobbant orosz-ukrán konfliktusig - kevésbé volt hangsúlyos hazánk szempontjából. Mivel azonban a hivatkozott „háború” országunkkal határos országban zajlik, ez a turizmus szempontjából is fontos kérdéssé vált és a külföldiek – főképpen a távolabbi területekről érkezők – döntését nagyban meghatározza. A *politikai és jogbiztonság* az állami szuverenitás teljességét, az adott kormány legitimitásának és nemzetközi elismerésének megkérdőjelezhetetlenségét, illetve a szélsőséges politikai nézetek minimalizálása jelenti. (Padányi, 2017) A turizmus alapja, hogy az adott országban stabil a politikai háttér, nincsenek folyamatos tüntetések, nem kell félni polgárháborús helyzet kialakulásától, valamint – a jogbiztonság kapcsán – a jogi környezet is kiszámítható. Utóbbi nem csak az utazók, de a turisztikai vállalkozások szempontjából sem elhanyagolható kérdés (Raffay, 2020). Részben ide tartozik, hogy a desztinációban megfelelő a köz- és vagyonbiztonság, illetve az egyre többször említett kiberbiztonság is (Molnár – Szilágyi, 2017) A *gazdasági biztonság* területei a pénzügyi és szociális biztonság, illetve az energiaellátás folyamatosága. Amennyiben valamelyik elem „megsérül” az egyrészt a

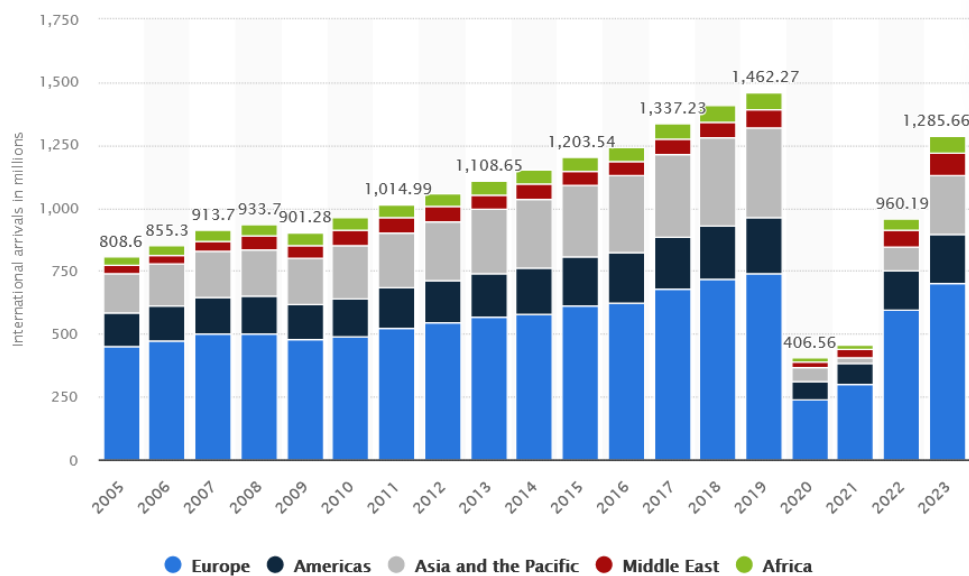
polgárok részéről heves reakciót válthat ki, másrészt a vállalkozások – közöttük természetesen a turizmus területén működők - működésének biztonságát is veszélyeztetheti. Ilyen helyzet hazánkban például a jelenleg is zajló drasztikus infláció, az energia- és élelmiszerárak elszabadulása, vagy a forint árfolyamának gyengülése és állandó ingadozása is. A **környezeti biztonság** napjainkban egyre nagyobb hangsúlyt kap. Az élhető környezet hiánya, az éghajlatváltozás okozta kényelmetlenségek rövid időn belül olyan feszültséget okozhatnak, amelyek biztonsági kockázattá nőheti ki magát. Napjainkban hazánkban is egyre többen szembesülnek az éghajlatváltozás okozta problémákkal, éppen ezért fontos, hogy a turizmus is minél fenntarthatóbb legyen. A **társadalmi biztonság** megőrzésén két tényezőt érdemes kiemelni. Az első a kollektív identitás megőrzésére való törekvés (kultúra, nyelv, vallás), a második pedig az etnikai és vallási összetétel megváltozásának veszélyével való szembenézés és megakadályozás (Padányi, 2017). Ez a turizmus szempontjából az jelenti, hogy miközben a helyi fogadóközösség a felsoroltakat elvárja, egyben befogadó is, azaz az utazót sem éri atrocitás például vallása, bőrének színe, nemi hovatartozása miatt. A Covid-19 világjárvány az egészség biztonságára is ráirányította a figyelmet.

2.2 A turizmus trendjei

A turizmus nemzetközi szervezeteinek (UNWTO, WTTC, ETC) a világ turizmusára vonatkozó, a Covid-19 világjárvány kitörése előtt publikált valamennyi előrejelzése a turizmus nemzetközi forgalmának folyamatos emelkedését prognosztizálta, ahogy az a korábbi évtizedekben is megfigyelhető volt. 2020 azonban sajnálatos változást hozott, hiszen a pandémia kitörése utáni utazási korlátozások és egyéb intézkedések miatt a nemzetközi utazások száma 74%-kal csökkent (Európában 71%-kal) (UNWTO, 2021) A 2021-es határnyitások után 455 millió, majd 2022-ben több mint 900 millió turista vett részt a nemzetközi turizmusban, az utóbbi adat a 2019-es szint 63%-ának felel meg. A leggyorsabban Európában állt helyre a turizmus, a 2019 előtti szint 80-85%-át érte el 2023-ra. (<https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> Letöltés ideje: 2023. 03. 17) (3.ábra)

3. ábra: A nemzetközi turizmus alakulása 2005-2023 (fő)

(Forrás: UNWTO, 2024)



A Turisztikai Világszervezet legfrissebb prognózisa

(<https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>

Letöltés ideje: 2024. 03. 07.) szerint a nemzetközi turizmus 2024-ben visszaáll a járvány előtti szintre, sőt 2%-kal meg is haladhatja azt. A szervezet prognózisai között szerepel a kínai kiutazó és beutazó turizmus felgyorsulása és a Közel-Keletre és Afrikába irányuló utazások erősödése (a vízumkönnyítések miatt), az Egyesült Államokból érkező beutazó forgalom emelkedése (az erős dollár árfolyam okán), valamint, hogy az utazók számára változatlanul elsődleges szempont lesz a jó ár-érték arány, a biztonság és a fenntarthatóság. A turizmus legnagyobb piaca tehát változatlanul Európa, de Ázsia-és a Csendes-óceán partvidéke egyre nagyobb részarányt képvisel annak ellenére, hogy a világjárvány e területeken okozta a legnagyobb visszaesést. (<https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/> Letöltés ideje: 2023. 03. 17).

A turisztikai kereslet átalakulásához a **demográfiai és társadalmi változások** jelentősen hozzájárultak az elmúlt években. A legtöbb fejlett országban a lakosság elöregedése, az ún. **senior (65+) korosztály** arányának növekedése tapasztalható. A United Nations Population Fund (UNFPA) prognózisa szerint az évszázad közepére létszámuk magasabb lesz majd a 15 év alattiakénál és a senior utazók részaránya már 2040-re elérheti a 28-30%-ot. (Kátay – Michalkó – Rátz, 2019). Mivel az idősödő korosztály jelentős része már nem szívesen vezet, főleg nagy távolságokra, nagy szerepet töltenek be a kényelmes közlekedési formák. Jelentősen megemelkedik a kereslet a főszezonon kívüli hónapokban, hiszen kerülnek a

zsúfoltságot. Szívesen utaznak akár távolabbi desztinációkba, a szervezett formában lebonyolított kulturális témájú körutazások fő célcsoportját adják. Tartózkodási idejük – tekintettel arra, hogy van szabadidejük – az átlagot meghaladja. A fejlett országok szenior utazóinak fizetőképessége és költési hajlandósága is magas. E minőségorientált utazói réteg számára különösen fontos a biztonságos, akadálymentesített, komfortos környezet. *„A szenior turistákkal kapcsolatos sztereotípiák (idős = beteg, passzív időtöltést preferáló, kizárólag egészségügyi szolgáltatások iránt érdeklődő, alacsony költési hajlandóságú fogyasztók) már a korcsoport csak egy szűk rétegére érvényesek. Az időskorú utazók számottevő része aktív életet él, újszerű turisztikai élményeket kereső piaci szereplővé vált”* (<https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/szenior-es-akadalymentes-turizmus-nagyito-alatt-1172387> letöltés ideje: 2023. 01. 25.). A szegmens fontosságát mutatja, hogy a „szenior-barát” szolgáltatások és a kifejezetten őket célzó utazási irodák száma nemcsak Európában, de hazánkban is emelkedik (Molnár, 2019). Ugyanígy fontos az ifjúsági turizmus (26 év alatti utazók) turizmusának erősödése.

A szakirodalomban **Z-generáció**ként említett korosztály jelentős mértékű szabadidővel, ugyanakkor csekély jövedelemmel rendelkezik, ezért csak korlátozott számban tudja igénybe venni a turisztikai termékeket. A turisztikai vállalkozók által összeállított termékek (szálláshely, vendéglátó ipari szolgáltatások) magas árszínvonaluk miatt az utazást, a kulturális szféra vonzerőinek igénybevételét kedvezményekkel (diákjegy) segítik elő, ezzel a fiatalok számára egyedi kínálatot alakítanak ki (Michalkó, 2016). A generációt fejlett médiatudatosság jellemzi, az utazási döntéseket befolyásoló tényezők között első helyen áll az internet. A fiatalok több mint egyharmada kizárólag az internet segítségével tájékozódik, vásárlásaikban és az utazással kapcsolatos foglalásaikban (repülőjegy, szállás) jellemzően az online piac dominál. Az ingergazdag környezetben élő generáció számára az élmény és az interaktivitás alapkövetelmény. A divattal való kapcsolatuk azonban sokszor ellentmondásos, ugyanis egyrészt szeretnek azonosulni másokkal és követni a divatot, másrészt törekszenek az egyediségre is. A szenior turizmushoz hasonlóan ez esetben is nő a minőség iránti igény, általában gyakran utaznak el rövidebb időre. Az európai fiatalok meghatározó része szabadidős célból utazik, ugyanakkor a tengerparti üdülésre, a tanulmányi utazásra, a fesztiválra és a városlátogatásra is nagy a kereslet. Kedvelik az aktív turizmust is. (Molnár, 2019).

A **nők** szerepe a turizmusban vitathatatlan. Egyrészt kutatások bizonyítják, hogy az utazási döntések elsődleges meghozói a családon belül, másrészt egyre nagyobb részarányt képviselnek a hivatásturizmusban is. Ma már számos szolgáltató kifejezetten a hölgyek eltérő igényeit igyekszik kielégíteni (lásd „only women” szállodák).

A **speciális igényeket támaztó célcsoportok** között meg kell említenünk az ún. LMBTQ szegmenst is. Utazási szokásaik eltérnek a szokásos turista attitűdöktől, méghozzá pozitív értelemben: sokat költenek, évente legalább kétszer-háromszor utaznak, szeretik a minőséget, nyitottak a kulturális rendezvényekre és a gasztronómiai különlegességekre. Az utazási célok között dominálnak a hétvégi kirándulások, a fesztiválok, a wellness hétvégék és persze a Pride felvonulások. A fiatalok sokkal könnyebben vállalják fel identitásukat, mint az idősebbek, ők ugyanis mondhatni beletörődtek abba, hogy emiatt elítélik őket. Az Európai kirándulások között kedvelt Budapest, Barcelona és Berlin háromszög, amely olykor kiegészül Brüsszellel is. Az LMBTQ turizmus nem egyenlő a szexturizmussal, ugyanis sokan a családjukkal, párjukkal utaznak. Magyarország a közepesen toleráns országok közé tartozik, míg Málta a világ legtoleránsabb országa. Ez a tolerancia azért is érdekes, hiszen Málta egy erősen katolikus ország. Manapság már több mint 15 neves magyar szálloda és vendéglátóhely nem csak hogy szívesen látja ezt a kört, de felismerte mekkora üzleti lehetőségekről van szó, köztük a Mellow Mood Hotels, a Zsidai csoport, a Szamos Marcipán és a Kiosk (<https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/az-lmbtq-turizmus-jo-uzlet-1162423> letöltés ideje: 2023. 03. 15).

Az **egyéni fogyasztói igények kiszolgálása** változatlanul a turizmus egyik kiemelt trendje marad szinte minden területen. Legyen szó légitársaságokról, hotelekről vagy utazási irodákról, a siker kulcsa minden esetben, hogy minél személyre szabottabb, egyedibb, autentikusabb módon elégítsék ki a turisták igényeit.

Az a vállalkozó, aki sikerre szeretné vinni vállalkozását proaktívan kell reagálnia a változó igényekre és kihívásokra, kihasználva az információk és a **digitális eszközök** nyújtotta lehetőségeket (<https://turizmus.com/desztinaciok/nyolc-utazasi-trend-2019-re-1161575>, letöltés ideje: 2023.03.10.). Az internethez történő hozzáférésnek köszönhetően egyre népszerűbb a turisztikai információgyűjtés, illetve vásárlás az online térben. A tapasztalt turisták egyre gyakrabban saját maguk állítják össze utazásukat, ezért az utazási irodák szerepe háttérbe szorul. Az internetnek köszönhetően nő a weblapok szerepe, sikerességének előfeltétele, hogy könnyen hozzáférhető legyen, illetve részletes információt tartalmazzon az adott desztinációról (Pistóki, 2016). Részben a digitális kultúra terjedésének következtében a fogyasztók gyakran az utazás előtt egy két héttel, illetve egy két nappal döntenek az úticélról és szolgáltatásokról. Ez azt eredményezi, hogy sokkal nagyobb rugalmasságra van szükség a foglalások kezelésében, illetve nagyobb hangsúlyt kell helyezni az online jelenlétre is (Csapó & Törőcsik, 2020). Az elmúlt években tapasztalt kiszámíthatatlanság miatt azok a szálláshelyek lesznek versenyképesek, amelyek **rugalmasabban** kezelik a vendégek foglalásait, illetve lehetőséget adnak a foglalás díjmentes lemondására. Jellemzően a turisták ezért az úgynevezett

„biztosításért” hajlandóak többet fizetni (<https://turizmus.com/desztinaciok/turizmus-a-pandemia-utan-1173654> Letöltés ideje: 2023.03.15.).

A digitális megoldások alkalmazása a turizmus piacán nem tekinthető új trendnek, azonban a koronavírus járvány felgyorsította a fejlődést. A folyamat lényege, hogy lehetőség legyen az érintésmentes utazása, illetve az új higiéniai előírások is könnyen betarthatók legyenek. Az elmúlt időszakban két nagy területet érintett ez a nagy változás. Az egyik az **érintésmentes utazás**, melynek lényege, hogy ne kelljen kulcsok és iratok érintésével kockázatot vállalni, helyette biometrikus azonosítók (újlenyomat, arcfelismerés, mozdulatok és hangvezérlés) segítségével tudjuk az utazáson részt venni. A másik fontos terület a digitális útlevél, illetve az integrált digitális személyazonosító. Ennek lényege, hogy tartalmazza az utazó adatait, egészségügyi adatait, oltásait és korábbi utazásait is. A fejlődésnek köszönhetően ezzel a módszerrel elkerülhető a repülőtereken és a határátkelőhelyeken a több órás várakozás és a sorban állás is. Az üzleti utazások esetén sokan felismerték, hogy nem szükséges minden megbeszélésre repülőre ülni és személyesen megjelenni, helyette kiváló, megbízható internetes felület a Zoom és a Skype (Raffay, 2020).

Az utazók jelentős része korábban is sok információt gyűjtött a meglátogatni kívánt desztinációról, viszont a járványt követően új értelmet nyer a **tájékozottság**. Felértékelődik a naprakész informáltság, amelyhez az internetes hírportálok és a kifejezetten járványügyi helyzet figyelésére létrehozott koronavírus térképek és applikációk állnak rendelkezésre. Az applikáció naprakész információval szolgál az aktuális utazási korlátozásokról, az egészségügyi helyzetekről és intézkedésekről lehetővé téve ezzel a felelős utazási döntés meghozatalát (Raffay, 2020).

Az utazók **egészségtudatossága** fokozatosan erősödik, ez a kereslet mennyiségét ugyan nem befolyásolja, viszont az utazási cél, illetve az utazás alatt tanúsított magatartás mindenképp megváltozik. Az olyan desztinációkat, amelyekhez egészségre káros hatásokat asszociálnak a turisták el fogják kerülni. Egyidejűleg tapasztalható, hogy az emberek ambivalens módon viszonyulnak az egészségükhöz, fontosnak tartják, de még mindig kevesebbet tesznek érte. Mivel a turista elsődleges célja, hogy kiszakadjon a stresszes mindennapokból és megőrizze az egészségét, így megnő a kereslet a wellness szolgáltatások és a gyógyfürdők iránt (Pistóki, 2016).

A koronavírus járvány vélhetően sokkal **tudatosabb** és körültekintőbb **utazókat** fog eredményezni, mint korábban. Míg egészségügyi szempontból fontosnak tartjuk, hogy megfelelő biztosítással rendelkezünk, addig az utazási jegy, a szállás és a programok esetén hajlamosak vagyunk erről megfeledkezni. A koronavírus ideje alatt a repülőtársaságok jelentős

mennyiségű járatot töröltek, azonban pénzvisszatérítés helyett igyekeztek a korlátozások feloldása után több járatot is indítani ezzel is csökkentve az anyagi veszteséget. Ennek hatására megnőtt az igény az újabb és átfogóbb biztosítási csomagok iránt, illetve az általános szerződési feltételek részletesebb áttanulmányozása is jellemzővé vált (Raffay, 2020).

A természeti és szociális környezet iránti érzékenység soha nem látott mértéket öltött, a környezetvédelem, a környezet megóvása, a szegénység elleni küzdelem, a társadalmi felelősségvállalás fontos témává nőtte ki magát. Ennek hatására a turizmusban a **fenntartható desztinációk** iránti kereslet folyamatosan növekszik, egyre hangsúlyosabb szerep jut a természeti környezetnek és a lakosságnak. Egyidejűleg csökken a kereslet az olyan desztinációk iránt, melyet a túlzott beépítettség jellemez. Az ilyen típusú utazások sikerét nagyban befolyásolja a helyi lakosság hozzáállása a növekvő turisták iránt (Pistóki, 2016). Manapság megfigyelhető, hogy egyre több turista választja utazásai során a **légiközlekedést**. Ennek oka az alacsony költségvetésű fapados légitársaságok térnyerése, a légiközlekedés árának csökkenése, illetve a tengerentúli járatok bővülése. Ugyanakkor egyre égetőbb kérdéssé válik a közlekedés okozta üvegházhatás és annak hozzájárulása az éghajlatváltozásokhoz (Lőrincz & Sulyok , 2017). A széndioxid kibocsátással szembeni fokozott tudatosság a **vasúti közlekedésnek** kedvez. Az európai országok elsődleges célja, hogy a belső égésű motoroktól elszakadjanak, helyette környezetbarát és modern vasúthálózatba fektessenek. A fejlesztéseknek köszönhetően lehetőség van egyre több desztináció vasúttal történő meglátogatására. A korszerű, nagysebességű vonatok kényelmes, biztonságos és kellemes utazást nyújtanak a turista számára (<https://hospitalityinsights.ehl.edu/trends-in-hospitality-transport-and-mobility> letöltés ideje: 2023. 03. 15).

2.3 Magyarország turizmusa

Hasonlóan a világ és Európa turizmusához, a makro-környezetben zajló folyamatok Magyarország turisztikai piacán is változásokat hoztak. A legjelentősebb befolyásoló tényezőknek az egész világot érintő, 2019 végén kirobbant Covid-19 pandémia, illetve a hazánk közvetlen szomszédságában 2022 februárja óta zajló orosz-ukrán konfliktus (háború) tekinthetők, melyek elsősorban a jogi- és politikai környezetben, továbbá a gazdasági környezetben éreztetik hatásukat. Mindezek a turisztikai kínálatot és a keresletet is átalakították.

2.3.1 Változások a turizmus makro-környezetében

A turizmus szabályozó hatályos jogrendszer Magyarországon többszintű és tagolt. A jogi szabályozás törvény, kormányrendelet és miniszteri rendelet szinten valósul meg. A jogi környezet komplex kapcsolatban áll a turisztikai iparággal, hiszen például a szálláshely és vendéglátó szolgáltatásokat, a közlekedést és az utazásszervezést is szigorúan és részletesen szabályozza. A kereskedelemről szóló 2005 évi CLXI törvény szabályozza és meghatározza a kereskedelmi jellegű turisztikai szolgáltatási tevékenységek folytatásának feltételeit, a vendéglátás, valamint az egyes turisztikai iparágához kapcsolódó üzletek (például az utazási irodák) nyitvatartását. A kereskedelmi jellegű turisztikai szolgáltatási tevékenység egy átfogó fogalom, beletartozik az idegenvezetői tevékenység, lovas szolgáltató tevékenység, szálláshely szolgáltatási tevékenység, valamint az utazásszervezői és közvetítői tevékenység is. A költségvetési törvény tartalmazza a turisztikai fejlesztési célirányzat összegét, valamint meghatározza a turisztikai kiadások alatt elfogadható tételeket. A Helyi adókról szóló 1990 évi C. törvény tartalmazza az Idegenforgalmi adóra vonatkozó rendelkezéseket, például a mértékét, kötelezettséget, illetve mentességet. Számos törvény hatással bír a turisztikai ágazat fejlődésére, például az állam törvény szinten szabályozza a területfejlesztést, területrendezést, a kulturális örökség és műemlék védelmét, a fogyasztó védelmet és különböző idegenforgalmat is érintő adónemeket.

A turizmust interdiszciplináris jellege miatt lehetetlen egyetlen törvényben meghatározni az összes vonatkozó rendelkezést, ennek ellenére voltak törekvések a közelmúltban arra vonatkozóan, hogy egységes keret alá vonják a döntéshozók a szakterület szabályozását, de ez túlságosan is komplex feladat volt (Németh – Gergely – Mikes, 2021) Annak érdekében, hogy az Európai Unió támogatásával vagy a központi költségvetésből finanszírozott turisztikai fejlesztések szakmai tervezete gyorsabban, egységes eljárási rendben,

a rendelkezésre álló források hatékony felhasználásával történjen az Országgyűlés megalkotta a Turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló 2016 évi CLVI törvényt. A jogszabály – bár nem tekinthető valódi turisztikai törvénynek - viszonylag egységes jogi keretet teremtett. A törvény végrehajtásáról, valamint az ágazat további területeiről a Kormány rendeletekben rendelkezik. A törvény a turisztikai fejlesztések fókuszát a turisztikai térségekre helyezi át, kimondva, hogy Magyarország turisztikai potenciáljának növelése a turisztikai desztinációkban rejlik (Németh – Gergely – Mikes, 2021).

A koronavírus járvány arra kényszerítette a hazai jogalkotókat, hogy 2020-ban jelentős mértékben korlátozzák és szigorúan felügyeljék a belföldi és külföldi utazásokat. Ez az intézkedés jelentős mértékben kihatott a hazai turizmusra. A járványügyi készültségi időszak utazási korlátairól a 408/2020 (VIII. 30) Kormányrendelet rendelkezett, szabályozva többek között a külföldről hazatérő magyar és külföldi állampolgárok belépési feltételeit.

Változásokat hozott a turisztikai ágazatra nézve a veszélyhelyzet megszűnésével összefüggő átmeneti szabályokról és járványügyi készütlégről szóló 2020 évi LVIII. törvény. Célja volt, hogy enyhítse a járvány negatív gazdasági hatásait az idegenforgalom szereplőire nézve, például egyes bérleti szerződéseket a bérbeadó részéről nem lehetett egyoldalúan megszüntetni. Ettől függetlenül a törvény továbbra is korlátozta a tömegrendezvényeket (koncertek, sportesemények), amelyek óhatatlanul is kihatnak a turizmusra.

A járvány arra kényszerítette az Országgyűlést, hogy megszavazza a koronavírus járvány második hulláma elleni védekezésről szóló 2020 évi CIX. törvényt, amely felhatalmazza a kormányt, hogy veszélyhelyzet esetén az Alaptörvény 53. cikk (1) és (2) bekezdése szerinti kormányrendeletek hatályát e törvény hatályvesztéséig meghosszabbítsa. A Kormány november 10.-én meghosszabbította a veszélyhelyzetet, illetve olyan új rendelkezéseket is hozott, amelyek közvetetten érintették a turizmust. Például az éttermek vendégeket nem fogadhattak, csak elvitel céljából szolgálhatták ki őket. A szállodák turistákat nem, csak üzleti vagy oktatási célból érkezett vendégeket fogadhattak. Rendezvények megtartása tilos, kivéve a kulturális eseményeket és karácsonyi vásárokat.

A pandémia miatti válsághelyzetre tekintettel 2020 áprilisában a legnagyobb öt turisztikai szakmai szövetség (MSZÉSZ, MUISZ, MARESZ, MABEUSZ, VIMOSZ) gazdaságstabilizáló programcsomagra vonatkozó javaslatokat nyújtott be a Kormányoknak. A javaslatok a turizmus rövid-, közép- és hosszútávú talpra állítását célozták (<https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/szakmai-javaslatcsomag-a-kormany-reszere-a-turizmus-megmentesere-1169485> Letöltés ideje: 2023. 05. 20) (1. melléklet).

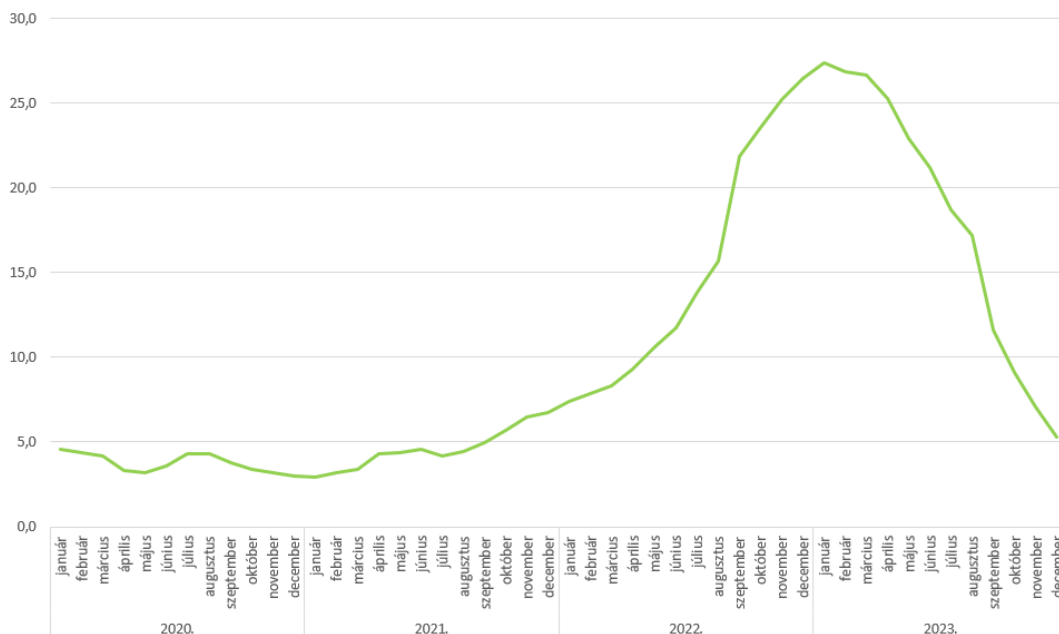
Tekintettel arra, hogy hazánk az Európai Unió tagja, a közösség turizmust érintő – elsősorban a fogyasztóvédelemhez, biztonságpolitikához kapcsolódó – jogszabályai is befolyásolóak. A pandémia következtében az Európai Unió is felülvizsgálta turizmuspolitikáját, illetve a turizmust érintő intézkedéseit, hiszen a bevezetett utazási korlátozások miatti látogatószám-csökkenés, a munkahelyek megszűnése, illetve az ágazat GDP-hez való hozzájárulásának drasztikus visszaesése a közösség szintjén is kezelendő problémát okozott. Ennek hatására az Európai bizottság ajánlást tett a lemondott utazások és az **utazási voucherekkel** kapcsolatban, melynek lényege, hogy az utazási csomag törlése esetén az utazóknak jogukban áll választani az utalványok vagy a készpénzes visszatérítés között. Az ajánlás védi a kibocsájtókat a fizetéképtelenné válás ellen, illetve engedélyezi a tagállamoknak az egyedi támogatási rendszer bevezetését is. Az Unió **azonnali likviditási támogatást** nyújt a válság által érintett vállalkozásoknak a koronavírusra való reagálást célzó beruházási kedvezményezésen keresztül, illetve engedélyezi, hogy a tagállamok likviditási támogatást nyújtó rendszereket vezessenek be a kis és középvállalkozások segítésére. A **munkahelyek megőrzése** érdekében elkészítették a SURE programot, melynek lényege, hogy a koronavírus okozta súlyos gazdasági következményeket enyhítsék. A tagállamok így kedvező feltételek mellett nyújtott uniós kölcsönök formájában juthatnak pénzügyi támogatáshoz, amelyek segítenek kezelni a munkahelyek megőrzését célzó kiadások megugrását. Konkrétan ahhoz járulnak hozzá, hogy a tagállamok fedezni tudják a csökkentett munkaidős foglalkoztatásokat, az átképzést, valamint a járvány során bevezetett intézkedésekhez kapcsolódó költségeket. Végül pedig az Unió létrehozott egy olyan **védnökségi utalványrendszert**, amellyel a fogyasztók támogathatják kedvenc szálláshelyeiket vagy éttermeiket (https://www.parlament.hu/documents/10181/4464848/Infojegyzet_2020_53_valsgakezeles_a_turizmusban.pdf/cda8cb2c-0ca6-907c-42de-bb7d822450f6?t=1591608663885, Letöltés ideje: 2023. 07. 01).

Még alig indult újra a turizmus, amikor a világot és Európát egy újabb, a politikai környezetből kiinduló, ám jelentős negatív gazdasági hatásokkal is járó esemény rázta meg: 2022 februárjában Oroszország megtámadta Ukrajnát. Magyarország számára ez különösen erős hatásokkal jár, hiszen a háború egy szomszédos országban zajlik. Ennek következtében a jól fizető orosz és ukrán vendégek teljesen eltűntek a turizmus életéből, amelyet elsősorban Budapest, Hévíz és Hajdúszoboszló szenvedett el. A beutazó turisták fogyasztói bizalma jelentősen csökkent. Számukra a háború kitörésekor az ország határa összemosódott Ukrajnáéval, így inkább lemondták a tervezett utazást és biztonságosabbnak ítélt országokba látogattak el. A háború kitörését követően a repülőjegy foglalások száma is drasztikusan

visszaesett. A repülési tilalom és biztonsági figyelmeztetés hatálya alá tartozó Oroszország és Fehéroroszország kivételével a legsúlyosabban érintett célállomások azok az országok voltak, amelyek a legközelebb helyezkedtek el a konfliktus területéhez, ilyen például Bulgária, Horvátország, Lengyelország, Szlovákia és Magyarország (<https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/lelassultak-a-repulojegy-foglalasok-a-haboru-miatt-foleg-kelet-europaban-1180073>, Letöltés ideje: 2023. 07. 05).

A gazdasági környezetben az üzemanyagárak drasztikus emelkedése, az infláció elszabadulása (4.ábra), a forint árfolyamának romlása (5. ábra) egyaránt.

4. ábra: Az infláció alakulása Magyarországon 2020 január - 2023 december között (%)
(Forrás: KSH alapján, saját szerkesztés)



5. ábra: Az euró-forint árfolyamának alakulása 2020 január - 2023 december között
(Forrás: Magyar Nemzeti Bank, saját szerkesztés)



A turizmus számára a legnagyobb kihívást az infláció és az energiaárak drasztikus növekedése jelentette. A **vendéglátóhelyek** számára továbbá nehézséget jelent még az alapanyagárak növekedése, illetve a kereslet visszaesése. 2019 és 2022 között közel 3800 étterem zárt be véglegesen, ebből 1200 Budapest belvárosában. A kialakult gazdasági helyzet vélhetően újabb bezárásokat fog eredményezni, ugyanakkor a többség igyekszik túlélni, az utolsó tartalékokat is mozgósítva megóvni a családi hagyományt, illetve a megélhetést jelentő vállalkozást. Lesznek, akik szezonális működésre állnak át, azaz bezárnak októbertől ápriliséig, míg mások félve a munkaerőhiánytól inkább a csendesebb működést választják. Néhány vállalkozónál a rövidebb nyitvatartási idő, választék csökkentése és az étlapok lerövidítése is szóba jöhet (<https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/szukitett-etlapok-lezart-szobak-teli-leallas-szallodai-es-ettermi-talalkozo-a-jovoert-1183134>, Letöltés ideje: 2023. 07. 05). A jelenlegi gazdasági helyzet az **utazási irodákat** is elérte. A gyengülő forint és az elszálló üzemanyagárak következtében a magyarok utazása idén 5-15%-kal drágább lesz, mint korábban. A koronavírus időszak és a bezártság miatt a turisták vágnak a külföldi élményekre, így a drágulás ellenére sokan utaznak tengerpartra vagy a hegyekbe. A kedvezőbb árfekvés miatt továbbra is népszerű Görögország, a magasabb árak ellenére Olaszország, repülő lehetőségeket tekintve pedig Törökország (<https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/aratemeltek-az-utazasi-irodak-is-1181677>, Letöltés ideje: 2023. 07. 05).

A gáz és villamos áram drasztikus növekedése sajnálatos döntések meghozatalára kényszeríti a magyar **fürdőket is**, melyek közül több az ideiglenes vagy akár végleges bezárás mellett döntött, míg mások a nyitvatartás rövidítésével, szolgáltatások korlátozásával (például a működő szaunák számának csökkentésével), illetve a jegyárak emelésével várják a látogatókat. A legtöbb külföldi vendéget fogadó budapesti fürdők (a Gellért, a Rudas és Széchenyi fürdő) is jelentős áremelést hajtott végre az elmúlt időszakban (<https://termalfurdok.com/budapesti-furdok-bezaras-helyett-aremeles-es-szolgaltatascsokkentes/>, Letöltés ideje: 2023. 07. 07). A **szálláshelyek** a drasztikus költségnövekedés miatt üzemeltetési eredményeik rovására működnek. A fővárosi szálláshelyek, amelyek zömmel külföldi és üzleti céllal utazó vendégeket fogadnak, könnyebben vészelik át a kialakult gazdasági helyzetet, mind a vidékiek (<https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/merni-ellenorizni-ujragondolni-valsagstrategia-szallodaknak-1183316>, Letöltés ideje: 2023. 07. 07).

2022-ben a Parlament elfogadta, és szeptember 1.-jétől hatályba is léptette az új KATA (kisadózó vállalkozások tételes adója) törvényt. Az egyik legnagyobb változás, hogy az adózási formát csak a lakosság részére saját szolgáltatást nyújtó és termékeket értékesítő egyéni vállalkozók választhatják, kivételt képeznek ez alól a taxisok. A turizmus-vendéglátás szektorban például az idegenvezetőket a módosítások igen rosszul érintenek, hiszen ők jellemzően utazási irodáktól, tehát társas vállalkozásoktól kapják a megbízást, és nem magánszemélyektől. (<https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/nagy-ervagas-az-uj-kata-szabalyozas-az-idegenvezetok-szamara-1182117>, Letöltés ideje: 2023. 07. 02).

2.3.2 Turisztikai kínálat

Magyarország nem rendelkezik valódi tömegturisztikai **vonzerőkkel** (tengerpartokkal, magas, a téli tömegturizmust vonzó hegyekkel). Ezt a hátrányt földrajzi elhelyezkedése és az alternatív turizmusformák vonzására alkalmas vonzerőinek sokasága azonban enyhíti. Európa legjelentősebb turista küldő és fogadó régiójának középpontjában helyezkedik el. Ezer éves történelmi múltjának, természeti vonzerőinek, színes kulturális tradícióinak, nemzetközi összehasonlításban kiemelkedő termálvíz kincsének, világörökségi helyszíneinek, gasztronómiájának és a lakosság vendégszeretetének köszönhetően fontos szerepet játszik Európa és a világ turizmusában.

A turizmus fogadását lehetővé tevő **infrastruktúra** részét képezik a speciális közlekedési eszközök (sikló, fogaskerekű vasút, libegők stb.), a helyi turizmus létesítményei (például a

sport- és fürdőlétesítmények), a szórakozóhelyek (játékkaszinók, zenés-táncos szórakozóhelyek, mozik és színházak), vagy például a kongresszusi központok. Magyarország világviszonylatban kiemelkedő termál- és gyógyvíz készlettel rendelkezik, melyet elsősorban **termál- és gyógyfürdő** létesítményekben hasznosítanak. Kiemelkedő a főváros kínálata, hiszen nemzetközi összehasonlításban egyedülállóan nagy számú, magas hőfokú és ásványi anyag tartalmú gyógyvizeket kínáló gyógyfürdőkkel – köztük műemlék gyógyfürdőkkel – rendelkezik. További nemzetközi ismertségnek örvendő fürdővárosaink többek között Hévízt, Sárvár, Bük, Hajdúszoboszló, Zalakaros vagy Gyula. A fürdők a pandémia kirobbanását követően szinte azonnal beszüntették működésüket, hiszen a járvány terjedésének a vizes közeg jó táptalajt biztosít. Ez látszik a működő fürdőlétesítmények számának változásában is (1. táblázat).

1. táblázat: Magyarország fürdőlétesítményei típusok szerint

(Forrás: KSH alapján, saját szerkesztés, 2023)

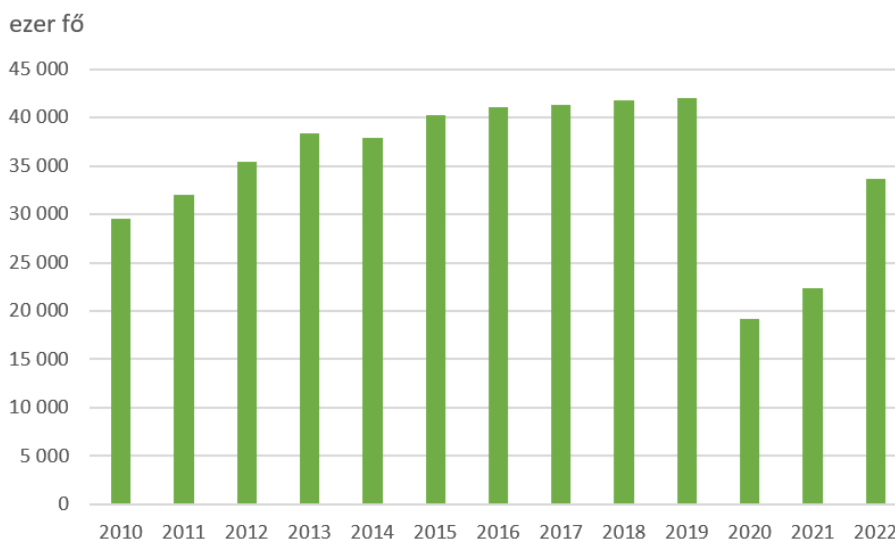
Év	Fürdők száma a létesítmény típusa szerint (db)						
	Gyógy- fürdő	Termál- fürdő	Élmény- fürdő	Strand	Uszoda	Tanuszoda	Egyéb fürdő
2010	98	104	102	148	99	159	54
2011	105	110	110	170	119	171	76
2012	125	141	211	263	158	197	22
2013	122	156	206	267	156	202	23
2014	130	154	204	251	146	187	23
2015	132	160	231	254	144	203	18
2016	85	169	233	263	147	196	5
2017	103	155	220	234	135	173	9
2018	116	162	216	247	138	184	12
2019	115	157	198	231	133	179	12
2020	104	136	174	193	131	167	9
2021	106	136	183	211	135	170	6
2022	104	140	193	215	135	176	6

2010 és 2019 között folyamatos növekedés jellemezte a hazai fürdők forgalmát, amely a legjobb eredményt 2019-ben érte el több mint 42 millió látogatóval. Azonban 2020-ban a koronavírus megjelenésével ez az eredmény 54%-kal esett vissza. A járványügyi intézkedéseknek köszönhetően az év jelentős részében a turisták nem vehettek igénybe fürdőszolgáltatást. 2021-

ben a vendégforgalom 14%-kal emelkedett az előző évhez képest, azonban 53%-kal elmaradt a 2019-es rekordévtől. 2022 a visszatérés éve volt a fürdők számára, mivel ebben az időszakban a járványügyi korlátozások teljesen megszűntek. Ennek köszönhetően a fürdők látogatottsága 33%-kal emelkedett az előző évhez képest, ahogyan azt az alábbi diagram is szemlélteti. A vendégek száma ebben az évben meghaladta a 33 millió főt. Ezen időszak sikeressége kimagasló volt a koronavírus megjelenése óta. (6. ábra).

6. ábra: Fürdők személyforgalma 2010 és 2022 között (fő)

(Forrás: KSH alapján, saját szerkesztés)



Az **elsődleges turisztikai szuprastruktúra** legfontosabb szereplői a szálláshelyek (2. táblázat). A világvárvány miatt 2020 március 11-én hatályba lépett, vészhelyzetet kihirdető kormányrendelet a szálláshelyek számára új helyzetet teremtett. Az utazási korlátozások nemcsak a külföldiek beutazását lehetetlenítették el, hanem a belföldi utazási terveket is. A szálláshelyek bevételei drasztikusan visszaestek. A helyzetet tovább nehezítette, hogy a szállás piacot kiszolgáló ellátási láncok is szétestek, melynek hatására a budapesti szállodák 28%-a üzemszünet, 39%-a az újra nyitás elhalasztása mellett döntött. További 13%-uk a részleges nyitvatartást választotta lehetőségként. A szálláshelyek jelentős része a működési szünetet és/vagy a lecsökkent forgalmat kihasználva az „előre menekülés” mellett döntött és épületfelújítást és/vagy korszerűsítést hajtott végre, vagy szolgáltatásait fejlesztette. Sok – elsősorban fővárosi – szálloda a bevételeit új, alternatív szolgáltatási körrel próbálta bővíteni (például szobáit hosszú távú bérletbe adta ki irodának, vagy lakásnak) (Soós – Várhelyi, 2021). A szálláshelyek piacán az újranyitást követően a munkaerőpiaci problémák és az energiaárak drasztikus megemelkedésének kezelése vált létkérdéssé. A nem kellően hatékony

energiaintenzitású szálláshelyek nem csak komoly versenyhátrányba kerülhetnek, hanem átmenetileg vagy akár végleg be is zárhatnak és csak a fűtési szezon végén nyithatnak újra. Amelyik szálláshely ezt a forgatókönyvet szeretné elkerülni, annak kulcsfontosságú lesz az energiahatékonyság növelése, a megújulóenergia felhasználása, energiatakarékos üzemeltetés, szigetelés és számos olyan intézkedés, melynek hatására az energiaköltségek hosszútávon csökkenthetők. Ugyanakkor a nyitva levő szálláshelyek jellemzően teltházzal üzemelnek, ez előnyt jelent a bezáró szálláshelyekkel szemben (<https://privatbankar.hu/cikkek/turizmus/jol-jartak-a-nyitvatarto-szallashelyek-az-energiahatekonysag-kulcskerdes.html>, Letöltés ideje: 2023. 06. 25).

2. táblázat: Magyarország szálláskapacitása 2001-2023 között (egység)

(Forrás: KSH alapján, saját szerkesztés, 2023)

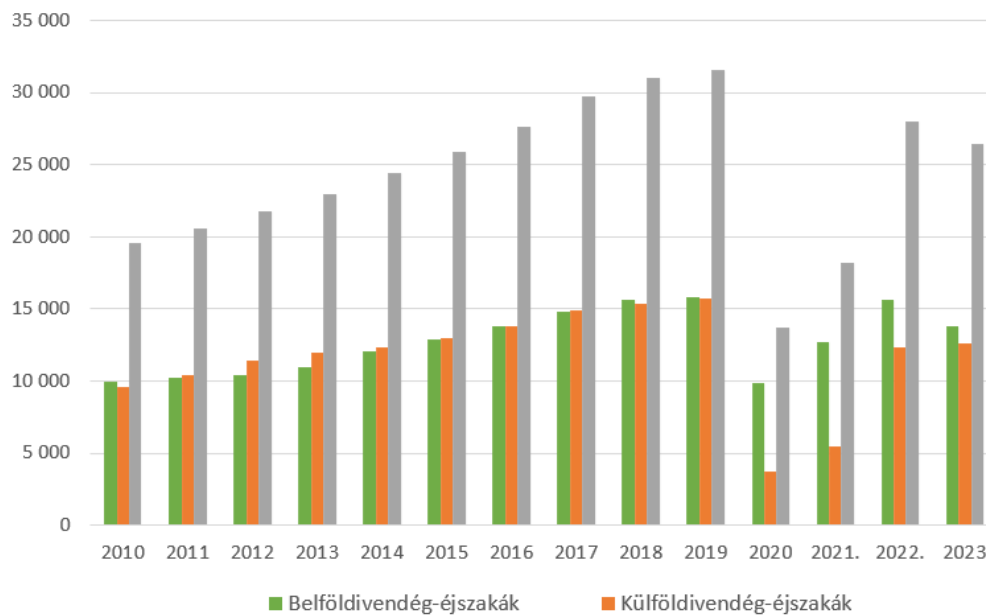
Év	Magyarország szálláshely kapacitása 2001-2023 között						
	szálloda	ebből gyógy-szálloda	panzió	közösségi szálláshely	Üdülő-háztelep	kemping	összesen
2001	104 232	8 568	43 993	-	20 829	102 557	317 629
2005	115 895	16 183	46 340	-	23 520	94 136	329 290
2010	123 518	14 953	37 912	-	21 825	86 744	311 490
2015	145 558	12 420	31 624	50 352	26 257	119 788	373 579
2016	150 286	12 426	31 121	55 120	26 366	118 161	381 054
2017	151 178	12 860	30 062	55 257	27 270	87 918	351 685
2018	148 814	12 936	34 743	53 521	25 835	90 296	353 209
2019	149 317	13 034	34 773	52 027	24 870	88 894	349 881
2020	127 172	10 930	31 483	32 254	19 296	62 185	272 390
2021	129 869	10 956	31 105	37 197	19 246	62 464	279 881
2022	155 301		35 261	42 623	15 402	61 600	310 187
2023	137 522		29 737	27 720	10 054	34 674	239 707

2.3.3 A turisztikai kereslet alakulása 2010 – 2023

A **vendégéjszakák száma** 2010 és 2019 között folyamatosan növekedett, minden évben újabb és újabb rekordokat megdöntve. 2019 rekordévnek számított a szakmában, ugyanis a kereskedelmi szálláshelyeken levő vendégek száma elérte a 12,8 milliót, a vendégéjszakák száma pedig megközelítette a 31,5 milliót. Szintén ebben az évben a lakosság sokkal több belföldi utazást tett, mint korábban. Ennek eredménye, hogy az év utolsó hónapján a SZÉP

kártya használata elérte a 2,4 Milliárd forintot (<https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/2019-ismet-rekordev-volt-a-magyar-turizmusban-1168557>, letöltés ideje: 2022. 10. 19) (7. ábra).

7. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakáinak száma 2010-2023 között (éj)
(Forrás KSH alapján, saját szerkesztés)



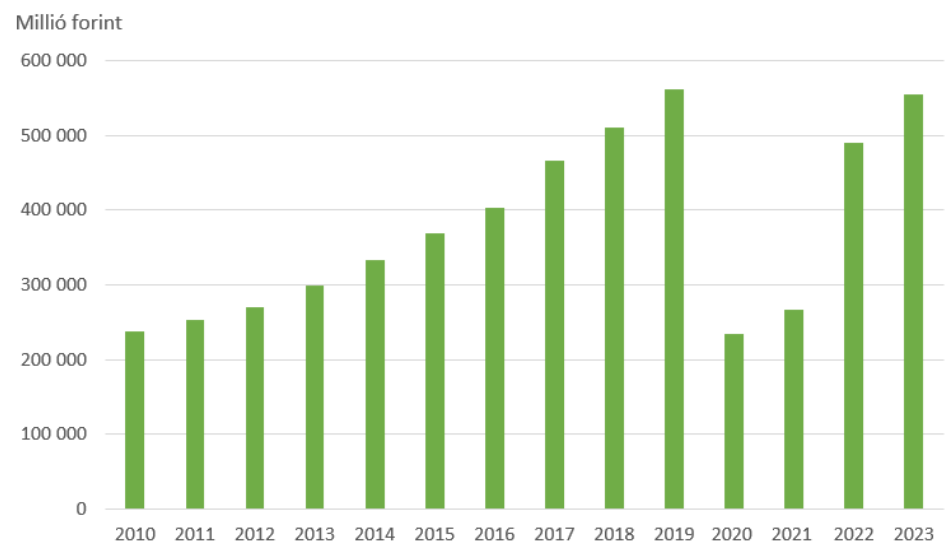
A koronavírus okozta járvány és az azzal összefüggő intézkedések 2020 jelentős részében markáns visszaesést okoztak a turizmus és vendéglátás szinte minden szegmensében. A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 57%-kal esett vissza az előző évhez képest. A lakosság 37%-kal kevesebb belföldi utazást, a külföldi vendégek 48%-kal kevesebb beutazást tettek. A következő évben pozitív változások indultak el, azonban a vendégforgalom korántsem tért vissza a járvány előtti szintre. Mint ahogyan az ábrán is jól látható a koronavírus járvány legkevésbé a belföldi turizmusra volt hatással, éppen ezért ez a terület közelítette meg leggyorsabban a korábbi forgalmat. A legnagyobb visszaesés a külföldre tett utazások körében mérhető, és a helyreállítás is itt a leglassabb. 2021-ben a kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakáinak száma 25%-kal emelkedett az előző évhez képest, de 42%-kal elmaradt a 2019. évitől. A 2022-ben tapasztalt külföldivendég éjszakák jelentős növekedése a járványügyi korlátozások fokozatos eltörlésének, a világjárvány lecsengésének köszönhető. A turisták újra bizalmasabbak a nemzetközi utazásokat illetően. Mindezek mellett a belföldi vendégéjszakák száma is 19%-kal emelkedett az előző évhez képest. A 2023-ra várt további pozitív emelkedés helyett a külföldi vendégéjszakák számában stagnálás látható. Ennek oka a

szomszédban jelenleg is zajló orosz ukrán konfliktus lehet, emiatt a turisták bizalmatlanok utazásaik tekintetében. A belföldivendég éjszakák száma 11%-kal esett vissza.

A **kereskedelmi szálláshelyek árbevétele** a vizsgált időszakban 2020-ig folyamatosan emelkedett (8. ábra). A turisták körében népszerű kereskedelmi szálláshely típusnak számítanak a szállodák és a panziók, amelyek az árbevétel 87% és 77%-át adják.

8. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek árbevételei 2010 - 2023 között

(Forrás KSH alapján, saját szerkesztés)



A pandémia előtti utolsó évben, 2019-ben a kereskedelmi szálláshelyek összbevétele elérte az 562 milliárd forintot. Ennek oka, hogy az országba érkező külföldiek magasabb színvonalú, drágább szálláshelyeken szálltak meg, így a külföldi vendégekből származott a szállásdíj bevétel közel 63%-a. A belföldi vendégektől származó bevétel alakulását a SZÉP kártya használat befolyásolta, amely ebben az évben elérte a 31 milliárd forintot (https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html#aklfldiekmagyarorszgiuta_zsai, Letöltés ideje 2023. 04. 05). Szakértők úgy gondolták, hogy 2020-ban a turizmusnak lehetősége van túlszárnyalni az előző év rekordszintű eredményeit, azonban a koronavírus járványnak köszönhetően pont az ellenkezője történt. 2020-ban a bevétel 42%-kal esett vissza az előző évhez képest. Ennek oka, hogy a járványügyi korlátozásoknak köszönhetően elvesztettük a külföldi vendégeinket, akik a bevétel jelentős részét adták. A belföldi turisták ugyanakkor a kialakult kiszámíthatatlan és bizonytalan helyzetnek köszönhetően inkább a belföldön tervezték meg többnapos utazásaikat. 2021-ben a turisztikai árbevétel 13%-kal emelkedett az előző évhez képest, ez összesen 267 milliárd forintot tett ki. Azonban 48%-kal továbbra is elmaradt a rekordévtől. 2022-ben a turisztikai árbevétel elérte a 490 milliárd

forintot, azaz 54%-kal nőtt az előző év bevételéhez képest. A koronavírus járvány kitörése óta ez az első év, amely a legközelebb áll a járvány előtti eredményhez (csupán 13%-kal maradt el) és várhatóan a következő években el is érheti a 2019-es szintet. A 2023-as év ismételen kedvező eredményeket hozott, a kereskedelmi szálláshelyek árbevétele tovább növekedett. Ez számszerűen több mint 555 milliárd forintot jelent.

3 Anyag és módszer

3.1 Hipotézisek

- H1: A magyarok is egyre tudatosabban utaznak, kerülnek a zsúfolt desztinációkat és szolgáltatókat, az alternatív turizmus formák és az önellátás iránti igény nő.
- H2: A foglalások időpontja kitolódik, a szolgáltató kiválasztásakor azok rugalmas kezelése fontosabbá válik, mint az ár.
- H3: A mindennapi élet drágulása (az élelmiszerárak és energiahordozók megnövekedése és az infláció) miatt az utazásra fordított költség aránya az összes jövedelemből csökken, az utazók keresik a költséghatékony (low-cost) megoldásokat utazásaik során.
- H4: A forint árfolyamának romlása, illetve ingadozása miatt a belföldi utazások iránti kereslet és költség jobban emelkedik, mint a kiutazások esetében.
- H5: A fenntarthatóság fontos szempont a desztináció és a szolgáltató kiválasztásánál egyaránt, ugyanakkor a „zöld” szolgáltatásokért többet fizetni a magyarok nem hajlandók. A legkörnyezettudatosabbak a „Z” generáció tagjai.
- H6: A tudatosság növekedését mutatja, hogy nagyobb igény mutatkozik az átfogóbb biztosítási csomagok iránt.
- H7: Az utazók többsége sokkal inkább keresi a hivatalos felületeket, mint a közösségi oldalakon keringő visszakövethetetlen információkat.
- H8: A szomszédos országban dúló konfliktus hatására a külföldi – elsősorban a tengeren túli - turisták kevésbé biztonságosnak ítélik Magyarországot, így azt többen el is kerülnek.
- H9: A konfliktus és etnikai ellentétek a vendégek között negatív érzelmeket, bizalmatlanságot és feszültséget vált ki.
- H10: Az energiaválság a szálláshelyeket fenntarthatóságot erősítő intézkedések bevezetésére ösztönzi.
- H11: A romló piaci környezet miatt a szálláshelyek min. 20%-os áremelésre kényszerültek az elmúlt évben, ugyanakkor ezt a hazai piac tudomásul veszi és elfogadja, azaz a belföldi vendégforgalom nem csökkent jelentős mértékben.

3.2 Alkalmazott módszerek

A turizmusban alkalmazható kutatások módszertana meglehetősen változatos. Bármelyik módszer alkalmazása előtt meg kell fogalmaznunk a problémát, a kutatás célját, majd ennek megfelelően kell elkészítenünk a kutatási tervet, hiszen a megfelelő előkészítés biztosíthatja a kutatás sikerét, majd az így összegyűjtött adatok elemzését követően az eredményekből levonható következtetések és javaslatok realitását (Kóródi, 2011) (Nagy, 2017) (Mitev, 2019)

Tekintettel a kutatási kérdéseimre és hipotéziseimre mind a kvantitatív, mind pedig a kvalitatív információgyűjtés módszereit alkalmazni kívántam kutatásomban. A kvantitatív kutatást **kérdőíves megkérdezéssel** folytattam le. Célom az volt e módszer kiválasztásával, hogy jól elemezhető, számszerűsíthető adatokhoz jussak, amelyek grafikusan is megjeleníthetők. A kvantitatív módszer segítségével – ahogyan arra az előbb hivatkozott szerzők is kitérnek - nagyobb mintanagyságok nyerhetők és is elemezhetők. A kérdések összeállításakor ügyelnünk kell arra, hogy olyan kérdéseket fogalmazzunk meg, melyekre a válaszadó tud és hajlandó is válaszolni, azaz érthetően, a szakkifejezéseket kerülve fogalmazzuk meg kérdéseinket, illetve a kérdőív kitöltése ne járjon túl sok erőfeszítéssel, ne vegyen el hosszú időt. Ugyanígy fontos a kérdések logikus sorrendje is. A kérdőíves megkérdezés hátrányának tekinthető, hogy mivel a a kérdező és a válaszadó között nincs közvetlen kapcsolat, a válaszok alapján nincs lehetőségünk az azok mögött álló összefüggések mélyebben történő vizsgálatára.

Saját kutatásom során az utazási szokások és azok változásának megismerésére online kérdőíves felmérést alkalmaztam. A kérdőív (2. melléklet) kérdéseinek összeállításával célom az volt, hogy átfogó képet kapjak az egyének utazási preferenciáiról, szokásairól és motivációiról, valamint az utazások gyakoriságáról és típusáról. A kérdőívben olyan témaköröket érintettem, mint az utazási célok, az egyes szállástípusok és szolgáltatók fontossága, a jelenlegi gazdasági helyzet hatása, illetve a fenntarthatóság. A kérdőívet a Google Forms kérdőív szerkesztő program segítségével készítettem el. Először próbakérdezést végeztem, melynek során valamennyi korosztályból egy-egy főt kitöltésre kértem. A próba válaszadók véleményének, feltett kérdéseinek, javaslatainak figyelembevételével készítettem el a végleges kérdőívet, melyet az interneten tettem közzé 2024. március 19.-én különböző felületeken, melyek:

- saját Facebook oldalam:
<https://www.facebook.com/nikolett.fancsik/posts/pfbid02nXVNPWpiFmJhPphDykrp>

[MVJb6tqE2uA6RiQLmbsGhVK3jHUhJsuJLjABioD8k3wMl?notif_id=1710886705739162¬if_t=feedback_reaction_generic&ref=notif](https://www.facebook.com/groups/lastminuteutazas/posts/3625662214419733/?notif_id=1710886705739162¬if_t=feedback_reaction_generic&ref=notif)

- utazói csoportok:

https://www.facebook.com/groups/lastminuteutazas/posts/3625662214419733/?notif_id=1711125010890052¬if_t=group_post_approved&ref=notif

https://www.facebook.com/groups/lastminuteutazas/posts/3625662214419733/?notif_id=1711125010890052¬if_t=group_post_approved&ref=notif

- nyugdíjas közösség felületen:

https://www.facebook.com/groups/nyugdijasbarat/?multi_permalink=1524426361622797¬if_id=1711383109966992¬if_t=feedback_reaction_generic&ref=notif.

Célom az volt, hogy lehetőleg minden korosztályt elérjek és elkerüljem bármelyik felülreprezentáltságát. Az utazói csoportokban való közzététel lehetőséget biztosított arra, hogy az aktív és gyakran utazó személyek véleményét rögzítsem, míg a nyugdíjas csoportokba történő belépés révén az idősebb és az online megkérdezéssel jellemzően nehezebben elérhető korosztály utazási preferenciáit és szokásait is vizsgálni tudjam. Az online felmérésbe, melyet 2024. április 1. én lezártam összesen 172 főt sikerült bevonnom. A kapott eredményekből ábrákat, diagramokat készítettem.

Kutatásom részeként szerettem volna interjút készíteni különböző szálláshelyekkel. Az **interjú** készítés a kvalitatív módszerek közé tartozik. Előnye, hogy lehetővé teszi a problémafeltárást, a jelenségek megértését, rugalmas és viszonylag rövid idő alatt lebonyolítható. A módszer segít megérteni azokat a mögöttes okokat és magyarázatokat, melyre a kvantitatív kutatás nem képes. A kutatás során ügyelni kell arra, hogy az összeállított kérdések változatosak és egyértelműek legyenek, ne térjenek el a témától. Az interjúkészítés során fontos, hogy az interjúztató merjen kérdezni, azonban kerülje a sugalmazó kérdéseket, melyek befolyásolhatják a résztvevő válaszát. Hátrányaként említhetjük, hogy nem ad számszerűsíthető válaszokat, sosem lesz reprezentatív, illetve körültekintő kutatást igényel. Emellett magasabb költségeket és időráfordítást jelent, mint a kvantitatív módszer (Kóródi, 2011) (Mitev, 2019) Saját kutatásomban az interjúk fő témája az orosz-ukrán konfliktus hatása volt, különös tekintettel a vendégek nemzetiségi megoszlására, a gazdasági helyzet okozta kihívásokra és a fenntarthatóság kérdéseire. A szálláshelyek kiválasztásánál az volt a célom, hogy a kutatásba bevonjak kisebb és nagyobb, lánchoz tartozó és egyedi üzemeltetésű szálláshelyeket egyaránt. A következő szálláshelyeket kerestem meg:

- Green Park Villa, Eger, Váradiné Huszár Edit, szálláshely tulajdonos
- Thermal Hotel Visegrád****, Balogh László, recepció vezető

- Wellness Hotel Gyula****, Gál Anikó, értékesítési munkatárs
- Saliris Resort - Spa Conference Hotel, Egerszalók, értékesítés
- Ensana Grand Hotel, Nagy-Schlemayer Andrea, HR Gneralista

Kezdetben pozitív visszajelzéseket kaptam a szálláshelyek vezetőitől az interjúk lebonyolításával kapcsolatban, és ezért elküldtem számukra az interjú tervezett kérdéseit is (3. melléklet). Mivel kérdéseimre nem kaptam választ, többször telefonon érdeklődtem, de sajnos végül mindannyian elálltak az interjútól időhiányra hivatkozva, ami ellehetetlenítette tervem megvalósulását, így a kapcsolódó hipotéziseim bizonyítására csak a rendelkezésre álló statisztikai adatbázisokból nyert információkat tudtam felhasználni.

Módszereim között szerepelt a **kapcsolódó adatbázisok** (Központi Statisztikai Hivatal – KSH, Magyar Nemzeti Bank – MNB) adatainak lekérése elektronikus felületekről, majd azok szakdolgozatom témájához kapcsolódó **feldolgoása**.

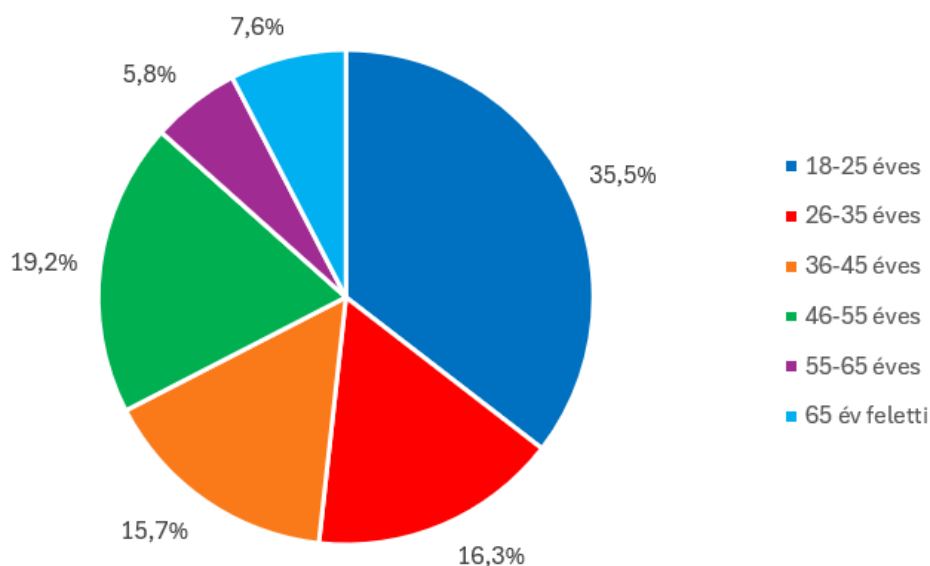
4 Eredmények és értékelésük

Az online kérdőíves felmérésben összesen 172 személy vett részt, 138 nő (80,2%) és 34 férfi (19,8%).

Az életkori megoszlás tekintetében (9.ábra) a 18-25 éves korosztályból töltötték ki a kérdőívet a legtöbben (61 fő, 35,5%), a legkisebb részarányt az 55-65 éves korosztály (10 fő, 5,8%) képviseli.

9. ábra: A kitöltők életkori megoszlása

(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A megkérdezettek 34,3%-a főleg országon belül, 11,6%-a inkább külföldön, 52,3%-a külföldön és belföldön is szívesen, míg 1,7%-a egyáltalán nem utazik.

Ahogy az a 3. táblázat is jól szemlélteti, az életkor előrehaladtával a külföldre utazók aránya csökken, míg az országon belül utazók aránya egyenletesebb elosztású. A legtöbbet utazó korosztály a 18-25 évesek, míg a legkevesebbet utazók az 56-65 éves és a 65 év feletti korosztály.

3. táblázat: Az emberek utazási preferenciái korosztályok szerint

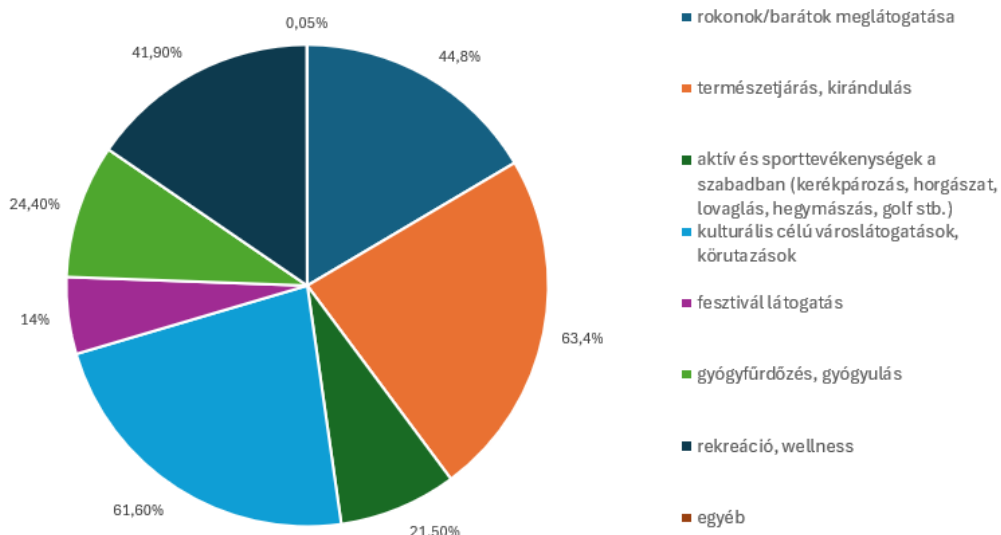
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)

	18-25 éves	26-35 éves	36-45 éves	46-55 éves	56-65 éves	65 év feletti	összesen fő	összesen %
főleg országon belül	20	9	10	11	4	5	59	34,3
főleg külföldön	13	3	3	-	-	1	20	11,6
belföldön és külföldön is szívesen utazik	28	17	12	21	6	6	90	52,3
nem szokott utazni	-	-	1	1	-	1	3	1,7

A megkérdezettek közül a legtöbben a természetjárás és kirándulás céljával kelnek útra (63,4%-a), míg legkevesebben (14,0 %) fesztivál látogatás céljából utaznak. Az egyéb kategóriában (0,5%) a válaszadók különféle tevékenységeket jelöltek meg, köztük a hivatáshoz kapcsolódó utazásokat (konferenciákat, képzéseket, munkahelyi utazásokat), tengerparti nyaralásokat, strandolást, bulizást, de megjelent a bevásárlóturizmus is (10. ábra).

10. ábra: Utazási célok

(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A válaszadók szálláspreferenciái változatosak és sokszínűek: 64%-uk előszeretettel választ szállodákat, 26,7%-uk panziókat, míg 67,4%-uk inkább önálló apartmanokat részesít előnyben. Továbbá 8,1%-uk kiadó szobákat, 3,5%-uk ifjúsági szálláslehetőségeket, 7%-uk kempingeket és 18%-uk saját nyaralókat kedveli. A válaszadók kis hányada, mindössze 0,02%-uk választ más, egyedi szálláshely-típusokat. Az egyéb kategóriában a válaszadók a saját autó és saját bérlakás lehetőségét jelölték meg. Mint ahogyan azt az 4. táblázat is jól szemlélteti, a 18-25 éves korosztály körében népszerűbb a költséghatékony önálló apartman szállás típus, míg a 65 év feletti korosztálynál inkább a kényelem a fő szempont és szívesebben választják a szállodákat.

4. táblázat: A válaszadók szálláshely preferenciái korosztályok szerint

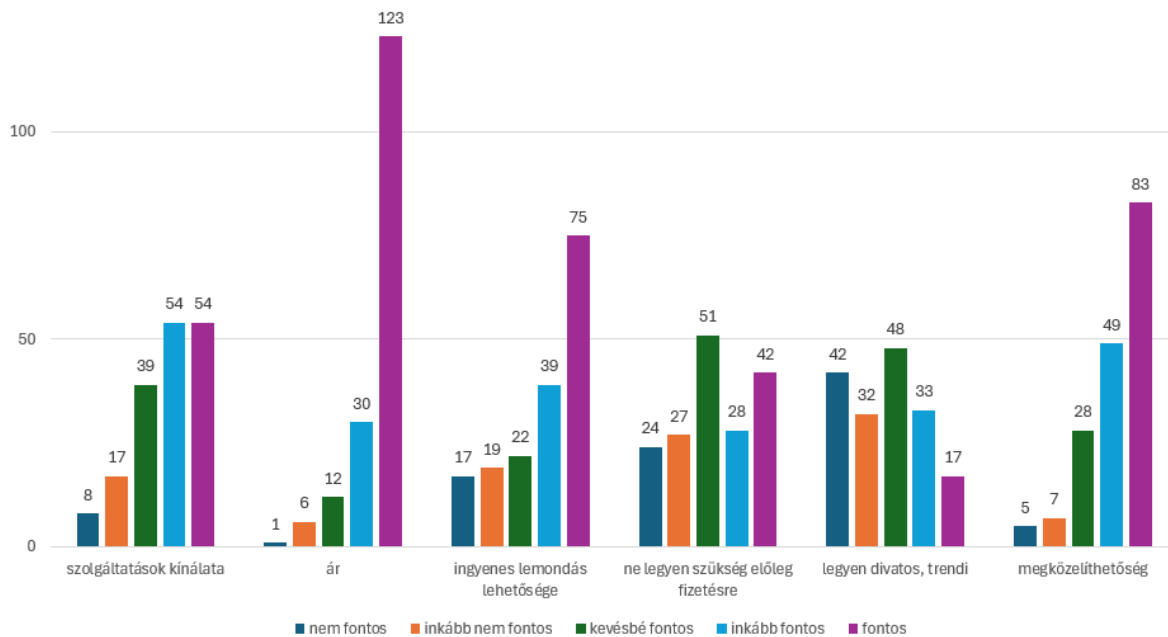
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)

	18-25 éves	26-35 éves	36-45 éves	46-55 éves	56-65 éves	65 év feletti	összesen (fő)	összesen (%)
szálloda	41	18	15	20	7	9	110	64
panzió	17	9	7	5	5	3	46	26,7
önálló apartman	47	19	15	21	7	7	116	67,4
kiadó szoba	6	3	4	1	-	-	14	8,1
ifjúsági sz.hely, kollégium	3	1	1	-	-	1	6	3,5
kemping	7	1	2	2	-	-	12	7
saját nyaraló	16	4	5	3	2	-	31	18
egyéb	2	-	1	-	-	1	4	0,02

A szálláshely kiválasztásánál az ár a legfontosabb szempont, amelyet 123 fő emelt ki. A megközelíthetőség a második helyen szerepel 83 fővel, míg az ingyenes lemondás lehetősége a harmadik legfontosabb szempont 75 fő részéről. A legkevésbé fontos szempont a szálláshely divatos, trendi jellege (11. ábra).

11. ábra: A válaszadók preferenciái szálláshely kiválasztása során

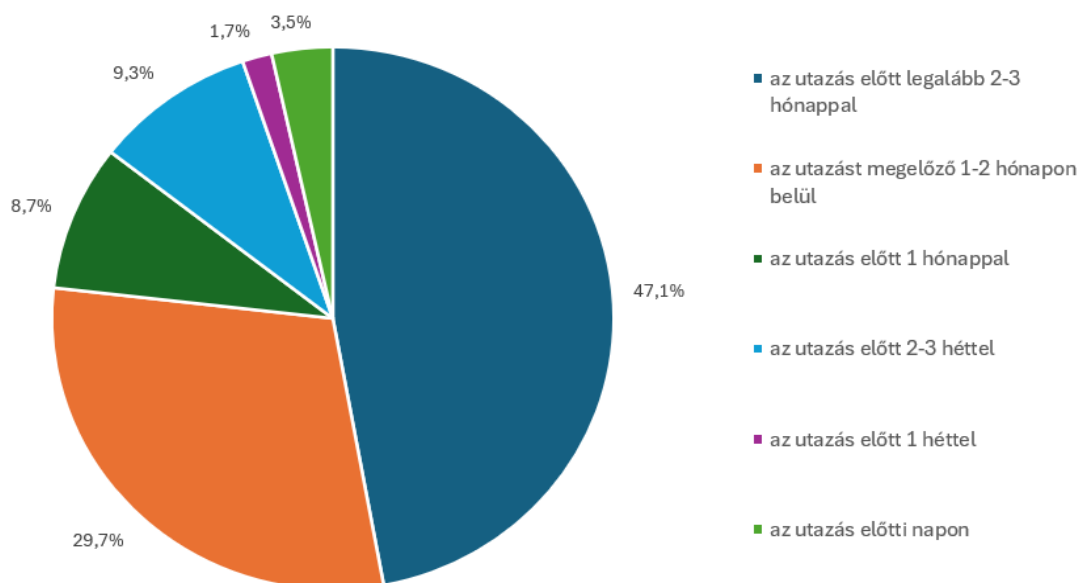
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A megkérdezettek 47,1%-a legalább 2-3 hónappal előre tervezi utazását vagy szállásfoglalását, míg 29,7%-uk az utazás előtti 1-2 hónapban dönt erről. Alacsony az egy hónapon belül döntők aránya (12. ábra).

12. ábra: Az utazási döntéshozatal ideje

(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A válaszadók éves utazásra szánt költségvetését vizsgálva a legmagasabb (18,6%) azok aránya, akik 200-300 ezer forint között költenek. (5. táblázat).

5. táblázat: Utazásra szánt költségek az egyes korcsoportokban

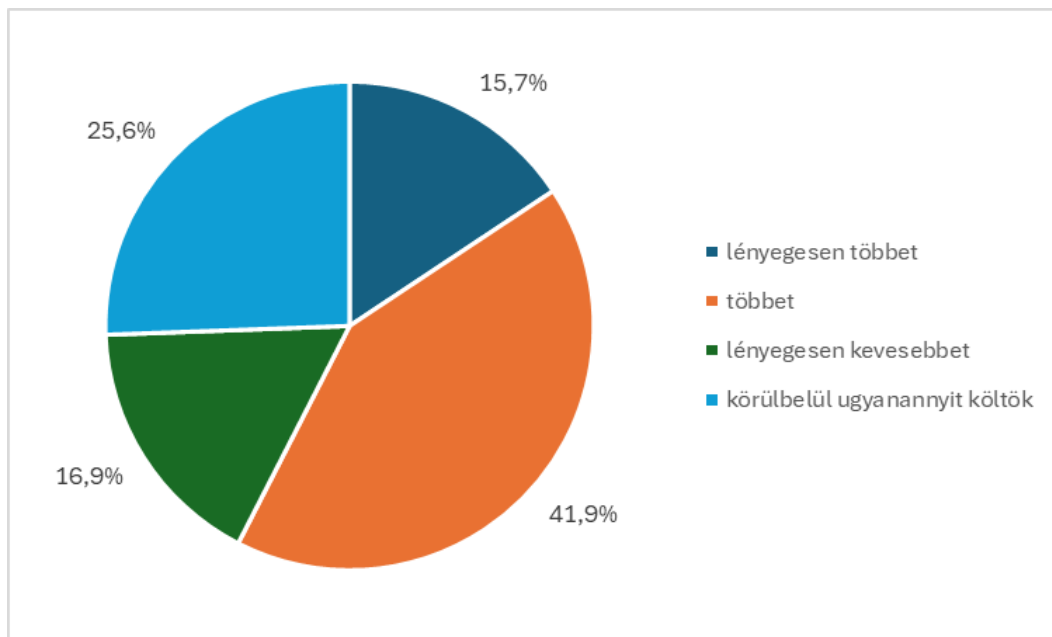
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)

	18-25 éves	26-35 éves	36-45 éves	46-55 éves	56-65 éves	65 év feletti	összesen fő	összesen %
10-50 ezer Ft között	-	-	1	-	-	-	1	0,06%
50-100 ezer Ft között	10	4	-	2	1	5	22	12,8
100-200 ezer Ft között	18	7	8	7	2	1	43	25%
200-300 ezer Ft között	9	6	5	8	3	1	32	18,6%
300-400 ezer Ft között	14	1	3	6	-	2	26	15,1%
400-500 ezer Ft között	2	2	6	5	4	2	21	12,2%
500 ezer Ft felett	8	8	4	5	-	2	27	15,7%

A pandémia utáni időszakban a válaszadók összesen 57,6 %-a nyilatkozott úgy, hogy többet költ utazására, mint korábban (13. ábra).

13. ábra: Utazásra szánt költség változása

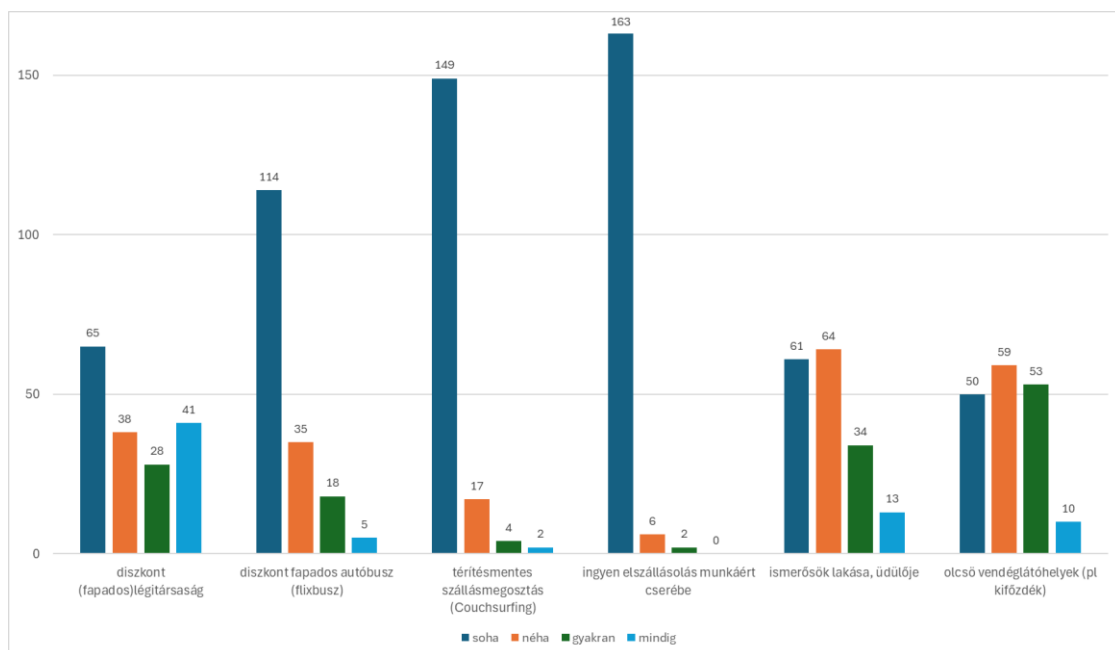
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A költséghatékony szolgáltatások közül a legkeresettebb a diszkont légitársaságok igénybevétele (41 fő), míg a legkevésbé keresett szolgáltatások közé a szálláshely igénybevételéhez kapcsolódó szolgáltatások (ingyen elszállásolás munkáért cserébe, térítésmentes szállásmegosztás) tartoznak. (14. ábra).

14. ábra: Költséghatékony szolgáltatások igénybevétele

(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A megkérdezettek 48,3%-át befolyásolja az utazási döntésében a forint árfolyamának romlása, míg 51,7%-ukat egyáltalán nem. A válaszadók 41,7%-a jelenlegi gazdasági helyzetnek köszönhetően előtérbe helyezi a belföldi utazást, 52,9%-uk továbbra sem. A kitöltők 72,7%-a forint árfolyam ingadozása ellenére is tervez külföldi utazást, míg 27,3%-uk inkább a belföldit részesíti előnyben (6. táblázat).

6. táblázat: Utazási preferenciák és gazdasági tényezők összefüggése

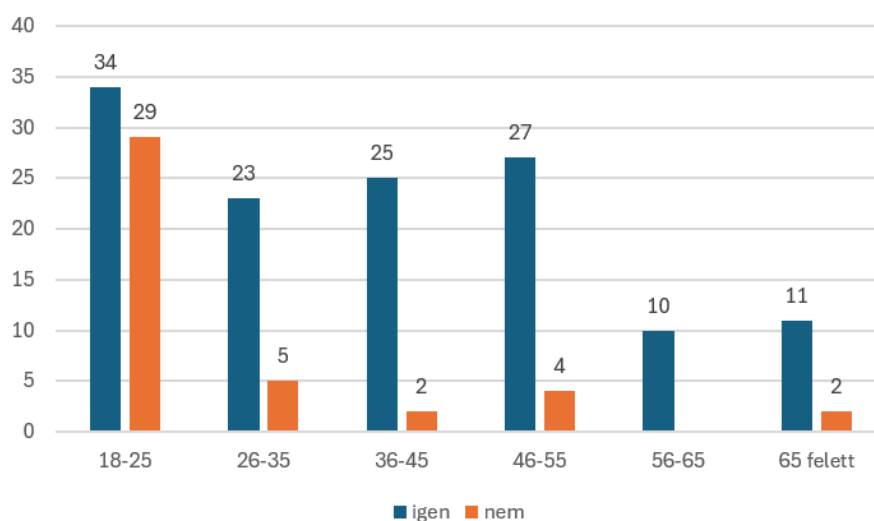
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)

Állítás	igen (%)	nem (%)
A forint árfolyamának romlása / ingadozása befolyásolja az utazási döntésben	48,3	51,7
A jelenlegi gazdasági helyzetben előtérbe helyezi a belföldi utazást	41,7	52,9
Tervez külföldi utazást a forint gyengése és/vagy ingadozása ellenére	72,7	27,3

A pandémia utáni időszakban az utazási biztosítás kötése fontos szempontnak bizonyult a válaszadók körében, hiszen 76,2%-uk (131 fő) jelölte azt meg fontosnak, míg 23,8% (41 fő) egyáltalán nem tartja fontosnak a biztosítást. Korosztályokat tekintve elmondható, hogy az 18-25 éves korosztály esetében gyakran kevésbé hangsúlyos szempont a biztosítás jelenléte, míg az idősebb generációk számára kiemelkedő fontossággal bír. (15. ábra)

15. ábra: A biztosításkötés fontosságának megítélése az egyes korosztályokban

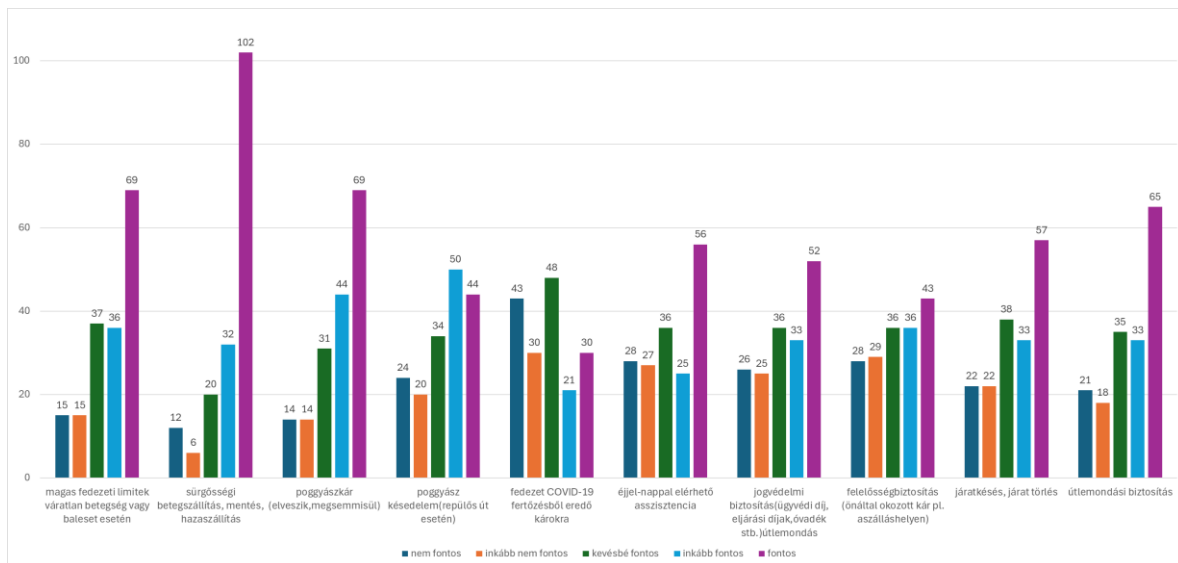
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A legkeresettebb biztosítási formák között szerepel a sürgősségi betegszállítás (102 fő, 59,3%). Emellett kiemelkedő az érdeklődés a magas fedezeti limitekre váratlan betegség vagy baleset esetén, valamint a poggyászkár tekintetében (mindkettőt (69 fő, 40,1% jelölte meg. A legkevésbé a Covid 19 fertőzésből eredő károokra, illetve a felelősségbiztosításra nyitottak (16. ábra).

16. ábra: Biztosítási prioritások szolgáltatások szerint

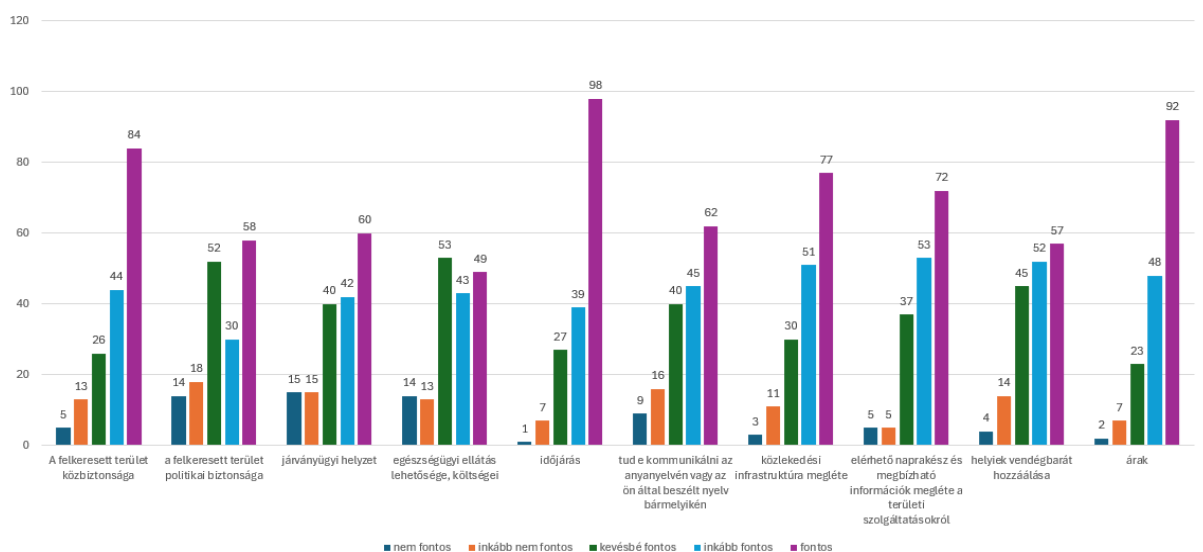
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A válaszadók leginkább az időjárás (98 fő), az árak (92 fő) és a felkeresett terület közbiztonsága (84 fő) iránt érdeklődnek utazásuk megtervezése előtt. Az egészségügyi ellátás lehetőségei és költségei, valamint a helyiek vendégbarát hozzáállása viszont kevésbé fontos szempontoknak bizonyultak (17. ábra).

17. ábra: Utazás tervezés előtti információk fontossága

(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A pandémia utáni időszakban a többség (79,7%) a közösségi média platformjait, 57,6%-uk a szolgáltatói weboldalakat, 33,7%-uk pedig a hatóságok hivatalos honlapjait választja információforrásként. Emellett sokan tájékozódnak ismerőseiktől és barátaiktól, míg a válaszadók közel ¼-e a hagyományos utazási irodákat keresi fel. Egyéb forrásokként a válaszadók a Google-t, a blogokat és a Booking.com-ot jelölték meg. A korosztályok közötti különbséget tekintve megfigyelhető, hogy a fiatalabb generáció szinte kizárólag a közösségi platformokat és szolgáltatói felületeket preferálja információforrásnak szemben az idősebb korosztályokkal, akik között a legtöbben több különböző forrásból tájékozódnak.

7. táblázat: Információ szerzés különböző korosztály esetén

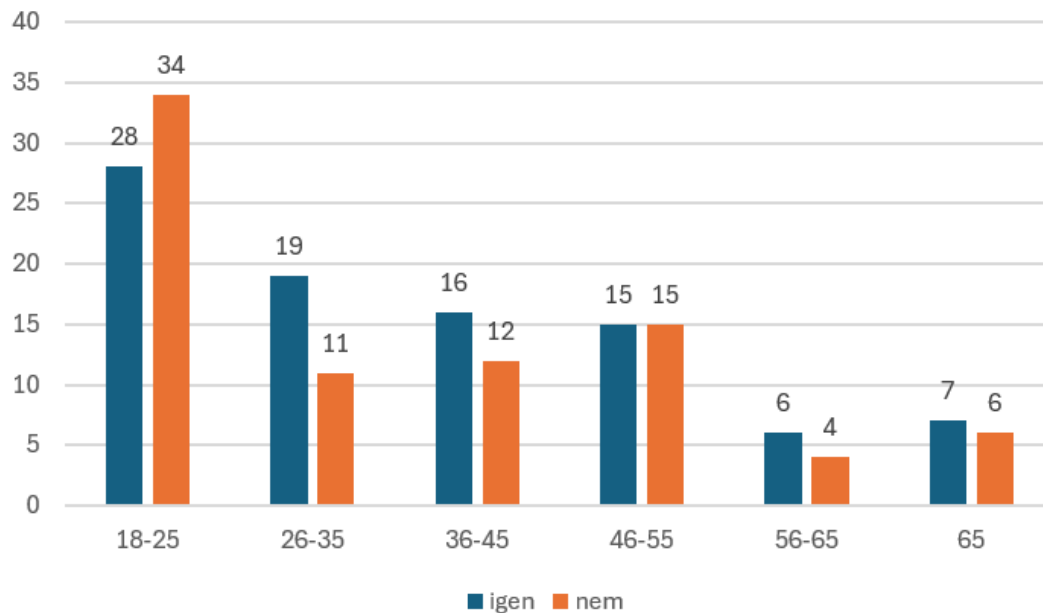
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)

	18-25 éves	26-35 éves	36-45 éves	46-55 éves	56-65 éves	65 év feletti	összesen (fő)	összesen (%)
közösségi platform	52	23	22	25	8	7	137	79,7%
szolgáltatói felület	33	17	14	21	7	7	99	57,6%
hatóságok, hivatalos felülete	24	7	8	11	4	4	58	33,7%
ismerősök, barátok	33	14	9	19	8	4	87	50,6%
utazási irodák	10	6	9	3	7	5	40	23,3%
egyéb	1	1	1	1	-	-	4	0,02%

A felmérés szerint a résztvevők 51,2%-a számára fontos szempont, hogy az úticéljuk környezetbarát legyen, míg 48,8% -nak ez egyáltalán nem prioritás. A korcsoportok elemzése során megfigyelhető, hogy az 18-25 évesek számára kevésbé fontos ez a szempont, míg a 26-35 és 36-45 évesek számára nagyobb jelentőséggel bír a környezetbarát úti cél kiválasztása. Az idősebb korosztály semleges álláspontot foglalt ezzel kapcsolatban (18. ábra).

18. ábra: Környezetbarát fogadóterületek iránti igény korcsoportok szerint

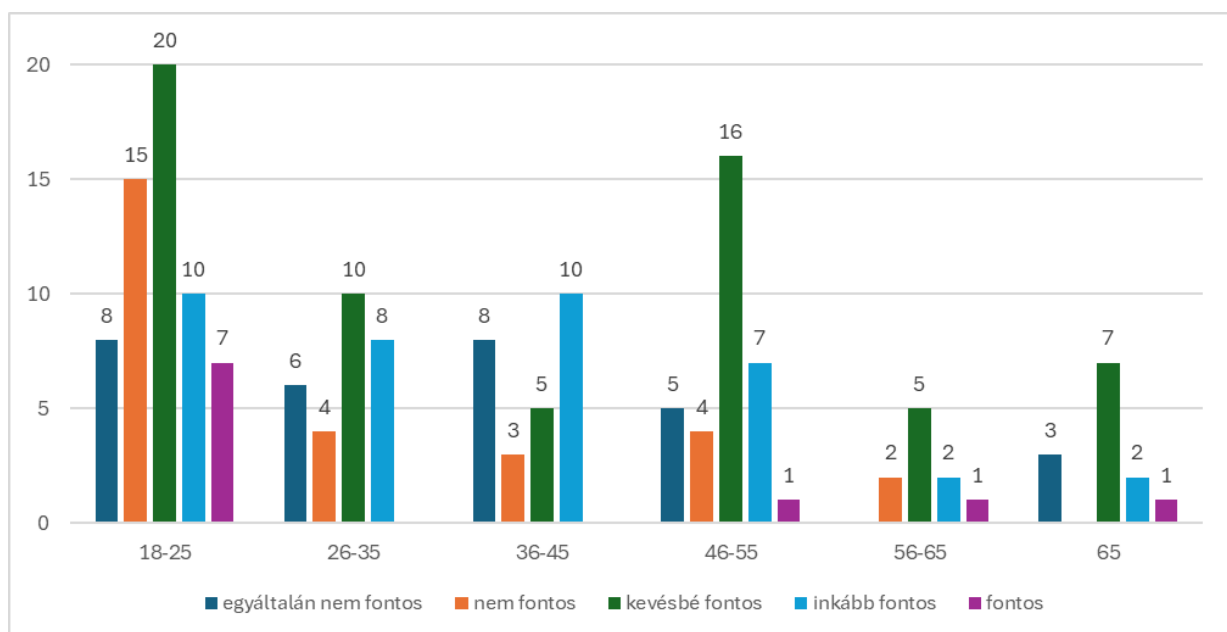
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A környezettudatos magatartás megléte a szolgáltató kiválasztásánál sem tapasztalható. A válaszadók mindössze 5,8%-ának fontos szempont, hogy egy szolgáltató zöld szemlélettel rendelkezzen, de az inkább fontos választ is csak mindössze 22,7% jelölte meg. A korcsoportok elemzése során megfigyelhető, hogy a 18-25 éves korosztály a legnyitottabb a zöld szemléletű szolgáltatók felé, míg az idősebb korosztály számára ez egyáltalán nem szempont.(19. ábra).

19. ábra: preferenciák a zöld szemléletű szolgáltatók iránt

(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)



A környezettudatos válaszadók (az összes válaszadó kevesebb, mint egyharmada) 9,9%-a kifejezte hajlandóságát arra, hogy többet fizessen egy „zöld” szolgáltatásért, közel fele (49,4%) legfeljebb 10%-kal hajlandó emelni a költségeket e cél érdekében, míg 40,7%-uk egyáltalán nem hajlandó többletköltséget vállalni .

A 21. kérdésben válaszadóim véleményét kértem a trendekhez kapcsolódó kijelentésekről (8. táblázat)

8. táblázat: Kijelentéseim értékelése

(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)

	nem értek egyet	inkább nem értek egyet	inkább egyetértek	egyetértek
Kerüli a zsúfolt desztinációkat	21	45	53	53
Előtérbe helyezi azokat a szolgáltatásokat, ahol kevesebben vannak	9	13	58	92
Fontos, hogy a szálláshely rugalmasan kezelje a foglalását	9	13	58	92
Hajlandó többet fizetni annak érdekében, hogy foglalását az utolsó pillanatban is lemondhassa	29	57	51	35
Az utazását spontán tervezi, az időpont előtt pár héttel foglalja le	50	56	33	33
A jelenlegi gazdasági helyzetben kevesebbet költ utazásra, mint korábban	42	66	36	28
utazás során fontos szerepet tölt be a költséghatékonyság	7	26	64	75
A forint árfolyamának romlása miatt inkább a belföldi utazást részesíti előnybe	68	38	34	32
A koronavírus járvány megjelenése óta fontosabbá vált a biztosítás megkötése	61	41	41	29
A jelenlegi gazdasági helyzetben inkább hivatalos felületről tájékozódik	41	48	48	35

5 Következtetések és javaslatok

Az előző fejezetben részletesen bemutatott saját kutatási eredményeim segítettek abban, hogy hipotéziseim egy részének helytállóságára választ kapjak (9.táblázat). Tekintettel arra, hogy az eredetileg tervezett interjúkat lefolytatni nem tudtam a 3.2 alfejezetben részletezettek miatt, csak az első 7 hipotézisemet tudtam megvizsgálni. Közülük egyet igazolni tudtam, kettőt részben igazoltam, négyet pedig elvetettem.

9. táblázat: Hipotézisek eredményei

(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)

Hipotézis	Eredmény	Tézis
H1: A magyarok is egyre tudatosabban utaznak, kerülnek a zsúfolt desztinációkat és szolgáltatókat, az alternatív turizmus formák és az önellátás iránti igény nő.	igazolt	T1: A magyarok tudatos utazók. A zsúfolt desztinációkat és szolgáltatókat kerülnek, inkább az önellátást biztosító szálláshelyeket választják. Az alternatív turizmus iránti igény messze meghaladja a tömegturizmus iránti érdeklődést.
H2: A foglalások időpontja kitolódik, a szolgáltató kiválasztásakor azok rugalmas kezelése fontosabbá válik, mint az ár.	nem igazolt	T2: A magyarok igyekeznek minél hamarabb lefoglalni utazásukat. Az utazók inkább árérzékenyek, a foglalás rugalmas kezelése kevésbé fontos számukra, azért többet fizetni nem hajlandóak.
H3: Az mindennapi élet drágulása miatt az utazásra fordított költség csökken, az utazók keresik a költséghatékony (low-cost) megoldásokat utazásaik során.	nem igazolt	T3: Az utazásra fordított költség emelkedik, az utazások során költséghatékony megoldások igénybevétele csak a légitársaságokban jelentkezik (diszkont légitársaságok).

<p>H4: A forint árfolyamának romlása, illetve ingadozása miatt a belföldi utazások iránti kereslet és költés jobban emelkedik, mint a kiutazások esetében.</p>	<p>nem igazolt</p>	<p>T4: A forint árfolyamának romlása/ingadozása az utazók kevesebb, mint felét befolyásolja utazási döntéseiben. A jelenlegi gazdasági helyzet ellenére a továbbra is magas a külföldi utazások iránti igény.</p>
<p>H5: A fenntarthatóság fontos szempont a desztináció és a szolgáltató kiválasztásánál egyaránt, ugyanakkor a „zöld” szolgáltatásokért többet fizetni a magyarok nem hajlandók. A legkörnyezettudatosabbak a „Z” generáció tagjai.</p>	<p>részben igazolt</p>	<p>T5: A fenntarthatóság egyik korcsoport esetében sem fontos szempont sem a desztináció, sem pedig a szolgáltatók kiválasztásánál. A zöld megoldásokért a környezettudatosabbnak mondható fiatal felnőttek és középkorúak sem hajlandóak áldozni.</p>
<p>H6: A tudatosság növekedését mutatja, hogy nagyobb igény mutatkozik az átfogóbb biztosítási csomagok iránt.</p>	<p>részben igazolt</p>	<p>T6: Az utazók több, mint $\frac{3}{4}$-e köt biztosítást külföldi utazás esetén. A sürgősségi betegszállítás mellett kiemelt érdeklődés mutatkozik a magas fedezeti limitekre váratlan betegség vagy baleset esetén, valamint a poggyászkár tekintetében, ugyanakkor a felelősségbiztosítást és a Covid fertőzésből eredő károk iránti biztosítást nem tartják fontosnak.</p>
<p>H7: Az utazók többsége sokkal inkább keresi a hivatalos felületeket, mint a közösségi oldalakon keringő visszakövethetetlen információkat.</p>	<p>nem igazolt</p>	<p>T7: A válaszadók számára továbbra is a közösségi platformok az elsődleges információs felületek.</p>

A szakirodalmi feldolgozásban megfogalmazott trendekkel kapcsolatban kérdőíves kutatásom során meglepő eredmények születtek.

A pandémia hatására a turisták preferenciái megváltoztak, inkább elkerülik a zsúfolt turisztikai célpontokat, és olyan szolgáltatókat részesítenek előnyben, ahol a tömegturizmus hatása nem érvényesül. A trend egyaránt vonatkozik a magyarok utazási szokásaira is, melyet a 9. táblázatban lévő eredmények is alátámasztanak.

A járvány új igényeket teremtett a rugalmasság tekintetében. A nemzetközi turizmus piacán a rugalmas foglalási lehetőségeket kínáló szálláshelyek népszerűbbé váltak, és az utazók hajlandóak ezért akár többet is fizetni. Magyar utazók esetében is tapasztalható a rugalmasság iránti kereslet, de a többletköltségek elfogadása terén megoszlanak a vélemények, jellemzően nem vállalják a plusz költségeket.

A turizmus nemzetközi piacán megfigyelhető, hogy a járvány hatására az emberek bizalmatlanná váltak. A folyamatosan változó járványügyi intézkedések és a határlezárások megnehezítették az utazási döntés meghozatalát. Ennek hatására a foglalási idő jelentősen kitolódott, a foglalások inkább spontán, a tervezett időpont előtt pár héttel történnek meg. A magyar utazók tekintetében azonban ennek az ellenkezője figyelhető meg. Foglalásukat inkább a tervezett időpont előtt 2-3 hónappal teszik meg. Az orosz-ukrán konfliktus gazdasági kihatásai mindenki számára nehézséget jelentenek.

A mindennapi élet drágulásának következtében az utazók jelentősen visszafogottabbak költségek terén, keresik a költséghatékony megoldásokat is. Ezzel szemben a magyarok tekintetében meglepő, hogy jellemzően ugyan annyit, esetleg még többet is költenek utazásaikra, mint korábban. Ugyanakkor a költséghatékonyabbra is fontos tényező maradt ebben a kontextusban is.

A világjárvány következtében az utazók körében – a nemzetközi felmérések megállapításai szerint - fontosabbá vált az átfogó biztosítási csomagok megléte. Ezzel szemben meglepő módon a magyarok körében nem tapasztalható hasonló tendencia.

Szintén részben eltérőek a magyar utazók információgyűjtési szokásai. Míg a nemzetközi trendek azt mutatják, hogy elsősorban hivatalos forrásokból tájékozódnak, a magyarok körében tapasztalható reakciók rendkívül megoszlanak. A fiatalok számára egyértelműen a közösségi média az irányadó, ugyanakkor sokan keresik fel a szolgáltatók felületeit és ezzel azonos arányban kérdezik meg ismerőseiket, de a hatóságok hivatalos felületeit is fontosak számukra.

A turizmus nemzetközi piacán a fenntarthatóság iránti kereslet folyamatosan növekszik. Egyre hangsúlyosabb szerep jut a természeti környezetnek és a lakosságnak, ezzel szemben csökken a kereslet az olyan desztinációk iránt, melyet a túlzott beépítettség jellemez. A magyar turisták esetében e kérdésben ismét ettől eltérő válaszokat kaptam: a fenntarthatóság nem

elsődleges szempont sem a szálláshely, sem pedig a szolgáltatás kiválasztása során. A zöld szolgáltatásokért a környezettudatosabb fiatal korosztály sem hajlandó többet fizetni. Természetesen itt nem feledkezhetünk el az anyagi helyzet és ebből következően a fizetőképesség összefüggéséről sem. A téma tovább kutatása esetén erre az összefüggésre érdemes lenne kitérni.

Mint ahogyan azt korábban is említettem szerettem volna különböző szálláshelyekkel interjút készíteni. A célom az volt, hogy minél átfogóbb képet kapjak a vendéglátóhelyek jelenlegi helyzetéről. Sajnos több pozitív visszajelzés ellenére az interjú nem valósult meg, így érdemi eredményt a 9. és 10. hipotézissel kapcsolatban nem értem el. A 8. és 11. hipotéziseimet statisztikai adatokkal és a Magyar Turisztikai Ügynökség közleményével (<https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/mtu-a-foszezon-felidejeben-orszagosan-is-jol-teljesit-a-turizmus-1188018>. Letöltés ideje: 2024.04.18.) tudom megcáfolni.

10. táblázat: Az eredetileg az interjúkkal bizonyítani kívánt hipotézisekre vonatkozó megállapítások
(Forrás: saját kutatás és szerkesztés)

Hipotézis	Eredmény	Tézis
H8: A szomszédos országban dúló konfliktus hatására a külföldi – elsősorban a tengeren túli - turisták kevésbé biztonságosnak ítélik Magyarországot, így azt többen el is kerülik.	nem igazolt	T8: 2023 nyarán a német vendégéjszakák száma 10%-kal, a cseheké és lengyeleké közel 15%-kal nőtt az előző évihez képest. Emellett a legnagyobb mértékű küldőpiac növekedést dél-koreai, izraeli, amerikai, holland és belga vendégek száma jelentette.
H11: A romló piaci környezet miatt a szálláshelyek min. 20%-os áremelésre kényszerültek az elmúlt évben, ugyanakkor ezt a hazai piac tudomásul veszi és elfogadja, azaz a belföldi vendégforgalom nem csökkent jelentős mértékben.	nem igazolt	T11: 2023-ban a belföldi vendégéjszakák száma 11%-kal esett vissza 2022-höz képest. A szálláshelyek árakat változó mértékben emelték.

Kérdőíves kutatásom során sajnos kevés 65 év feletti válaszadót tudtam elérni, míg a 15-25 év közöttiek aránya felülprezentált volt. Ez az eredmény az adatgyűjtés folyamatának hiányosságaira utalhat, így például úgy gondolom nem sikerült megfelelő felületeken kommunikálnom az idősebbekkel. A kizárólag online megkérdezés e szegmens esetében nem elegendő. Mivel kutatásba való bevonásukat szükségesnek gondolom – különösen az utazásokban való részarányuk növekedése miatt – a jövőben érdemesnek látom a kutatás kiegészítését és bevonásukra egyéb módszerek alkalmazását (például személyes megkeresés). Ezzel a megközelítéssel a kutatás eredményei sokoldalúbbak és reprezentatívabbak lehetnek

Az interjúk sajnos nem valósultak meg, így a kutatás e része hiányos. Ezt a jövőben szintén fontosnak tartom, ahogyan a szálláshelyek mellett egyéb turisztikai szolgáltatók (például fürdőlétesítmények, kulturális létesítmények) bevonását is a különböző nézőpontok és tapasztalatok begyűjtésére is.

Javaslataim a következőkben összegezhetők:

- Magyarországnak tovább kellene erősítenie elkötelezettségét a fenntartható turizmus iránt annak érdekében, hogy a turisták számára is fontos szerepet tölthessen be. Ezt a hatást a környezettudatos turizmus promóciójával, illetve különböző fejlesztésekkel lehetne érni. Mivel a tudatos fogyasztói magatartás (legyen szó akár egészség-, akár környezettudatosságról) kialakítása leginkább gyermekkorban lehetséges, az MTÜ „Kajla” programjában a „zöld turizmus” hangsúlyosabb szerepet kaphatna.
- A szolgáltatóknak érdemes lenne külföldi és hazai tanulmányutakat szervezni a jó gyakorlatok megismerése érdekében. Ebben az MTÜ és a szakmai szervezetek együttműködése vezethet eredményre.
- A szolgáltatók törzsvendég programjaikban hangsúlyossá tehetnék a „zöld” szemlélet fontosságát plusz pontok adásával (lásd Accor szállodalánc programja). Az MTÜ létre hozhatna egy „Környezettudatos utazó vagyok” pont gyűjtő kártyát, amelyet az utazók a minősítetten környezettbarát (zöld) szolgáltatóknál használhatnának és válthatnák be pontjaikat szintén a deklaráltan hasonló szemléletű szolgáltatóknál.
- Fontos lépés lenne kidolgozni egy olyan válságkezelési tervet, amely segít a turizmusban szereplőknek felkészülni az olyan váratlan eseményekre, mint például a politikai vagy egészségügyi vészhelyzetek. Ezzel ellenállóbbá tehetnék a szektort.

6 Összefoglalás

Szaktervezésben a környezeti változások hatásait vizsgáltam Magyarország turizmusában. A téma aktualitását adja, hogy a turizmus – erős környezeti meghatározottsága miatt – olyan ágazat, amely érzékenyen reagál a környezetében megfigyelhető eseményekre és változásokra. Az elmúlt években első sorban a 2019 végén kirobbant COVID-19 világjárvány, majd 2022 februárjától az orosz-ukrán konfliktus jelentős változásokat hoztak és befolyásolták az utazási szokásokat, a turisztikai desztinációk és vállalkozások működési környezetét.

Célom a hivatkozott események hatásainak megismerése és átfogó elemzése volt, mely kiterjedt a turisztikai kereslet és kínálat változásaira, a turisztikai iparág gazdasági szempontú hatásaira, valamint az egyes desztinációk és turisztikai vállalkozások reakciójára. Célom volt továbbá az is, hogy összehasonlítsam a hazai és a nemzetközi piacot, megértsem az események hosszú távú hatásait.

Kutatómunkámat a témában fellelhető magyar és idegen nyelvű szakirodalmak és egyéb forrásmunkák megismerésével és elemzésével kezdtem. Ez adta kutatásom elméleti hátterét, melyet követően megfogalmaztam hipotéziseimet. Ezek bizonyítására és kutatási kérdéseim megválaszolására primer kutatást végeztem, melynek módszereként a statisztikai adatbázisok elemzését, a kérdőíves megkérdezést és a szakértői interjút választottam. A kérdőíves kutatás fókuszában a magyarok utazási szokásainak változása állt, míg az interjúk kutatás a szállodák helyzetét vizsgálta volna a jelenlegi gazdasági helyzetben. A feltételes mód oka, hogy bár több szállás szolgáltatót felkerestem és kaptam ígéretet a kutatásban való részvételre, végül az interjútól elsősorban időhiányra hivatkozva elálltak. Ennek ellenére az adatbázisok elemzése részben segített megválaszolni a kérdéseimet. Megállapítható, hogy a turizmus nemzetközi környezetében lezajlott, illetve zajló események hatással voltak Magyarország turizmusára is, ugyanakkor a magyarok utazási szokásai egyes vonatkozásokban eltérőek attól, amit a nemzetközi piacon tapasztalhatunk.

Egyértelművé vált számomra, hogy a piaci környezet folyamatos monitorozása és azok figyelembevétele elengedhetetlen a turisztikai vállalkozások sikere s működése érdekében, ezért arra későbbi munkám során is nagy figyelmet fogok fordítani.

7 Irodalomjegyzék

Alastair M. M., Xinran Y. L., Jonathon D. (2018): *The Tourism System*. Kendall Hunt Publishing Company.

Bogáromi E., Malota E. (2017): *Perception of Hungary in terms of security and touristic destination choice – country image of Hungary in 8 countries*. In: Németh K. – Péter E. – Kiglics N. (szerk.): *II. Turizmus és Biztonság Nemzetközi Tudományos Konferencia*. Nagykanizsa. Lektorált online kötet. pp. 180–189.
https://igyutazunk.hu/storage/media/2022/Turizmus%20Bulletin_%C3%89vf.19_2019_03.pdf Letöltés ideje: 2023.03.15.

Csapó J., Töröcsik M. (2020): *A turizmus jövője, a nemzetközi és hazai turizmus legújabb trendjeinek elemzése elméleti és gyakorlati megközelítésben*. Pécs: Pécsi Tudomány Egyetem. Forrás: https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23854/csapo-torocsik-a-turizmus-jovoje-a-nemzetkozi-es-hazai-turizmus-legujabb-trendjeinek-elemzese-elmeleti-es-gyakorlati-megkozelitesben-PTE-KTK-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR29FJoP4CkgS3jjZ6d5TZWQT6g4JhQ4Ew64pKK3Itbe9ciqzHgbFVgDqpE_aem_Afai5F7CUU9TzIbMdoS0v_O9qN08E8ZJMu1ZO0Tj1bwizvlgSMh5J5do8_gY8qaHSOXe0CECaTxbtM558tMLIXDB. Letöltés ideje: 2023.03.15.

Gonda, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem. Forrás: http://lib.igyk.pte.hu/libletoltes/karikiadvanyok/Gonda%20Tibor_A_turisztikai_termekfejlesztés_elmeleti_alapjai.pdf. Letöltési idő: 2024.04.08.

Gonda, T. (2022): *Alternatív turizmus*. Budapest: Akadémiai Kiadó. Forrás: https://mersz.hu/dokumentum/m969at_18/ Letöltés ideje: 2023.04.02.

Jászberényi, M. (2020): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Budapest: Akadémia Kiadó. Forrás: <https://mersz.hu/jaszberenyi-a-kulturalis-turizmus-sokszinusege/>

Jászberényi M., Munkácsy A. (szerk.) (2018): *Közlekedés, mobilitás, turizmus*. Budapest: Akadémiai Kiadó. Forrás: https://mersz.hu/dokumentum/dj316kmt_6/

- Kardos Zoltánné (2011): *Turisztikai ismeretek*. Keszthely: Egyetemi tankönyv. Forrás: https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/8154/turisztikai_ismeretek.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR21ueKz49BjlbCjK3dXbPdEOL37zuNA7qbKgyBV0HKtkgf_Q2hboozVfpo_aem_AfZ0Jhg0bhdjD_tpc72RJBzreK8CFvaLsUF0Uz1I82JAoX-m-l_TCRJciSFRknBu0r5rZLj7uXGhsZa1s4hRKdJL. Letöltés ideje: 2023.02.10.
- Kátay Á., Michalkó G., Rátz T. (2019): *Turizmus 3.0*, Kodolányi János Egyetem-MTA CSFK Földrajztudományi Intézet-Magyar Földrajzi Társaság, Orosháza–Budapest Forrás: https://www.mtafki.hu/pdf/Turizmus_Akademia_10_kotet.pdf?fbclid=IwAR0I_raxkiImZmDBC2rX7gRaoT43V55toUqv5MaFA_YqBjy_z48oX_ilso_aem_AfYsFmxILEoET2uI1axyUs5EDDLumkOb1ApeCgw-ULxPuK2Dt3RLVNrqi8g4v7Uf6q3JxysNo_eSRhf8Ha5DIKG. Letöltés ideje: 2023.03.17.
- Kóródi, M. (szerk) (2011): *Turizmus kutatások módszertana*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem. Forrás: <https://eturizmus.ttk.pte.hu/szakmai-anyagok/Turizmus%20kutat%c3%a1sok%20m%c3%b3dszertana/book.html>. Letöltés ideje: 2024.01.15.
- Kökény L., Miskolczi M.:(2022): *Smart turizmus*. Budapest: Akadémiai Kiadó. Forrás: https://mersz.hu/dokumentum/m946st_66/
- Lengyel, M. (2004): *A turizmus általános elmélete*. Budapest: Heller Farkas Főiskola.
- Lőrincz K., Sulyok J. (2017): *Turizmusmarketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó. Forrás: <https://mersz.hu/lorincz-sulyok-turizmusmarketing//>.
- Deery M., Jago L. (2019): *A Framework for Work-Life Balance Practices in the Tourism Industry*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1057/thr.2009.4> Letöltés ideje: 2023.06.02.
- Michalkó G. (2007): *A turizmuselmélet alapjai*. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola.
- Michalkó G. (2010): *Boldogító utazás*. Budapest: Magyar Tudományos Akadémia. Forrás: https://mtafki.hu/konyvtar/kiadv/Boldogito.pdf?fbclid=IwAR3ngs_Iiv2wM2gIVWee4X65JEZKKP780BIsEZHblDuzhBFjcfZipKs02ws_aem_AfYtC-rX8PD4dho_TIG5F6bwaVILs70oRzVvTAUPffdutCGzMvdPYNN7TYt4Q6eWgxtH0Wrzp19Xubo3l2KtYySf. Letöltés ideje: 2023.03.13.

- Michalkó G. (2011): *Turisztikai termékvezetés és fejlesztés*, Pécs: Pécsi Tudomány Egyetem
- Michalkó G. – Rátz T. (2011): *Egészségturizmus és Életminőség Magyarországon*, MTA Budapest. Forrás: https://www.mtafki.hu/konyvtar/kiadv/Egeszsegturizmus_kotet.pdf?fbclid=IwAR1BZsd0mzUSRGMV2D08vEkHc8BTZXED8Gf3T-0v06TfxBeiDJW9-3vycNU_aem_AfbCkOjWgdlRcVXTKblYIkxTVgwkwt9Dhj1hbs3wvvpKm7Ca1KCeAHw4Y5zTJAZDXBDcSo49MmJwmuotoh3Xl4X. Letöltés ideje: 2023.03.14.
- Michalkó G. (2016): *Turizmológia*. Budapest: Akadémia Kiadó. Forrás: <https://mersz.hu/michalko-turizmologia/>
- Mitev A. Z. (2019): *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Budapest: Akadémia Kiadó. Forrás: https://mersz.hu/hivatkozas/m537kutatur_0/#m537kutatur_0.
- Mitev A. Z., Horváth D. (2008) *A posztmodern marketing rózsaszirmai*. Vezetéstudomány - Budapest Management Review, 39 (9). pp. 4-18.
- Molnár, Cs. (2019): *Utazás és rendezvényszervezés*. E-learning egyetemi jegyzet. Gödöllő: Szent István Egyetem.
- Molnár Cs. „Egészségturizmus 3.0” In: Kátay Á. – Michalkó G. – Rátz T. (szerk) (2019): *Turizmus 3.0*. Kodolányi János Egyetem-MTA CSFK Földrajztudományi Intézet-Magyar Földrajzi Társaság, Orosháza–Budapest, 128-140. old
- Molnár Cs., Szilágyi T. (2017): *A turizmus a vidékbiztonság fókuszában* In: Kiglics, N. (szerk.) *II. Turizmus és Biztonság Nemzetközi Tudományos Konferencia: Tanulmánykötet* Nagykanizsa, Magyarország: Pannon Egyetem Nagykanizsai Campus (2017) pp. 167-176.
- Nagy, K. (2017): *A kvalitatív kutatás lehetőségei a turizmusban*; Miskolci Egyetem. Forrás: [A-KVALITATIV-KUTATAS-LEHETOSEGEI-A-TURIZMUSBAN-Szakirodalmi-attekintes.pdf \(researchgate.net\)](https://www.researchgate.net/publication/358111111-A-KVALITATIV-KUTATAS-LEHETOSEGEI-A-TURIZMUSBAN-Szakirodalmi-attekintes.pdf). Letöltés ideje: 2024.01.15.
- Németh E. – Gergely Szabolcs L. – Mikes B. (2021): *A turizmus helyzete - a járvány előtt és alatt*. Állami Számvevőszék
- Padányi, J. (2017): *Új típusú biztonsági fenyegetések, Magyarország biztonsága*. Nagykanizsa: Pannon Egyetem.

- Pistóki I. (2016): *Régió és településmarketing*. Budapest: Akadémia Kiadó. Forrás: <https://mersz.hu/piskoti-regio-es-telepulesmarketing//>
- Puczkó L., Rátz T. (2001): *A turizmus hatásai*. Budapest: Aula Kiadó
- Raffay Z. (2020): *A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására*. Pécs: Pécsi Tudomány Egyetem. Forrás: https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/008_A%20COVID-19%20jarvany%20hatasa%20a%20turistak%20fogyasztói%20magatartasanak%20valtozasara.pdf?fbclid=IwAR0-L6qrXdvjC7qpm-co8ITvqLLNHUg1CJFMG0PcnAeWK4RZxDqjKsBnmWU_aem_AfZW6g35SA8AbFHncEqudlHv5hC4dMZaLZrw_X-XilnZb7axNd2R6yyZoOFOZu8xSAXPbHKAFks2iH2ppw3hgNi2. Letöltés ideje: 2023.03.15.
- Richards, G. (2002): *Tourism attraction systems*. Forrás: https://www.researchgate.net/publication/238378114_Tourism_attraction_systems
Letöltés ideje: 2023.04.02.
- Szabó L., Tóth G., Remenyik B. (2014) *Közlekedéstudomány és turizmus Magyarországon*. Budapest: Dialóg Campus Kiadó.
- Szerdahelyi, K. (2021): Milyen lesz a turizmus a pandémia után? *Turizmus.com*. Forrás: <https://turizmus.com/desztinaciok/turizmus-a-pandemia-utan-1173654>. Letöltés ideje: 2023.03.15.
- Veres, L. (szerk) (2011): *Turizmus és közlekedés*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem. Forrás: <https://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turizmus%20%C3%A9s%20k%C3%B6zleked%C3%A9s/book.html>. Letöltés ideje: 2024.04.08.

Online források:

2019 ismét rekordév volt a magyar turizmusban. Forrás: <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/2019-ismet-rekordev-volt-a-magyar-turizmusban-1168557>. Letöltés ideje: 2022.10.19.

Az LMBTQ turizmus jó üzlet. Forrás: <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/az-lmbtq-turizmus-jo-uzlet-1162423>. Letöltés ideje: 2023.03.15.

Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2019. Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html#aklfldiekmagyarorszgiutazsai>. Letöltési idő: 2023.04.05.

Hospitality Trends: The future of transportation and mobility. Forrás: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/trends-in-hospitality-transport-and-mobility>. Letöltés ideje: 2023.03.15.

International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024. Forrás: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>. Letöltés ideje: 2024.03.07.

Jól jártak a nyitva tartó szálláshelyek, az energiahatékonyság kulcskérdés. Forrás: <https://privatbankar.hu/cikkek/turizmus/jol-jartak-a-nyitvatarto-szallashelyek-az-energiahatekonysag-kulcskerdes.html>. Letöltés ideje: 2023.06.25.

Júniusban 25 százalékkal több külföldi vendég érkezett Magyarországra. Forrás: <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/mtu-a-foszezon-felidejeben-orszagosan-is-jol-teljesit-a-turizmus-1188018>. Letöltés ideje: 2024.04.18.

Nagy érvágás az új kata-szabályozás az idegenvezetők számára. Forrás: <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/nagy-ervagas-az-uj-kata-szabalyozas-az-idegenvezetok-szamara-1182117>. Letöltés ideje: 2023.07.02.

Number of international tourist arrivals worldwide from 2005 to 2023, by region. Forrás: <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/>. Letöltés ideje: 2023.03.17.

Nyolt utazási trend 2019-re. Forrás: <https://turizmus.com/desztinaciok/nyolc-utazasi-trend-2019-re-1161575>. Letöltés ideje: 2023.03.10.

Szakmai javaslatcsomag a Kormány részére a turizmus megmentésére. Forrás: <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/szakmai-javaslatcsomag-a-kormany-reszere-a-turizmus-megmentesere-1169485>. Letöltés ideje: 2023.05.20.

Szenior és akadálymentes turizmus nagyító alatt. Forrás: <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/szenior-es-akadalymentes-turizmus-nagyito-alatt-1172387>. Letöltés ideje: 2023.01.25.

Tourism Set to Return to Pre-Pandemic Levels in Some Regions in 2023. Forrás: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>. Letöltés ideje: 2023.03.17.

Válságkezelés a turizmusban. Forrás: https://www.parlament.hu/documents/10181/4464848/Infojegyzet_2020_53_valsgkezeles_a_turizmusban.pdf/cda8cb2c-0ca6-907c-42de-bb7d822450f6?t=1591608663885. Letöltés ideje: 2023.07.01.

Why is work life balance important in the 24/7 tourism industry? Forrás: <https://uniofglos.blog/eventsglos/2019/11/12/why-is-the-work-life-balance-important-in-the-24-7-tourism-industry/>. Letöltés ideje: 2023.03.15.

8 Ábrák és táblázatok jegyzéke

1. ábra: Mashlow féle szükséglet-elméleti piramis.....	9
2. ábra: A turizmus tárgyi feltételeinek egymásra épülése	11
3. ábra: A nemzetközi turizmus alakulása 2005-2023 (fő).....	16
4. ábra: Az infláció alakulása Magyarországon 2020 január - 2023 december között (%)....	24
5. ábra: Az euró-forint árfolyamának alakulása 2020 január - 2023 december között.....	25
6. ábra: Fürdők személyforgalma 2010 és 2022 között (fő)	28
7. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakáinak száma 2010-2023 között (éj).....	30
8. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek árbevételei 2010 - 2023 között	31
9. ábra: A kitöltők életkori megoszlása.....	37
10. ábra: Utazási célok	38
11. ábra: A válaszadók preferenciái szálláshely kiválasztása során	40
12. ábra: Az utazási döntéshozatal ideje	40
13. ábra: Utazásra szánt költség változása	42
14. ábra: Költséghatékony szolgáltatások igénybevétele.....	42
15. ábra: A biztosításkötés fontosságának megítélése az egyes korosztályokban	43
16. ábra: Biztosítási prioritások szolgáltatások szerint	44
17. ábra: Utazás tervezés előtti információk fontossága.....	44
18. ábra: Környezetbarát fogadóterületek iránti igény korcsoportok szerint.....	46
19. ábra: preferenciák a zöld szemléletű szolgáltatók iránt	46
1. táblázat: Magyarország fürdőlétesítményei típusok szerint	27
2. táblázat: Magyarország szálláskapacitása 2001-2023 között (egység).....	29
3. táblázat: Az emberek utazási preferenciái korosztályok szerint.....	38
4. táblázat: A válaszadók szálláshely preferenciái korosztályok szerint	39
5. táblázat: Utazásra szánt költségek az egyes korcsoportokban.....	41
6. táblázat: Utazási preferenciák és gazdasági tényezők összefüggése	43
7. táblázat: Információ szerzés különböző korosztály esetén	45
8. táblázat: Kijelentéseim értékelése	47
9. táblázat: Hipotézisek eredményei	48
10. táblázat: Interjúk kutatás hipotéziseinek eredményei.....	51

9 Mellékletek

11. melléklet: A szakmai szövetségek javaslatai és a kormány intézkedései a világjárvány idején

(Forrás: turizmus.com, saját szerkesztés)

Javaslat	Kormányzati intézkedés
Turisztikai fejlesztési hozzájárulás eltörlése visszamenőleges hatállyal 2020. 01. hótól	A kormány a járvány okozta gazdasági visszaesés következtében 2020-ra és 2021-re mentesítette a vállalkozókat a turisztikai fejlesztési hozzájárulás fizetése alól
Lekötött energia és közmű szerződések újra tárgyalására jogszabályi feltétel rendszer megalkotása	A kis és középvállalkozók igényelhetnek 3-100 millió forint közötti vissza nem térítendő támogatást, amelyet elsősorban megújuló energiafelhasználás növekedését célzó fejlesztésekre fordíthatnak. Emellett lehetőségük van energiahatékonyságot javító egyéb beruházásokra is, mint például fűtési rendszer korszerűsítése.
A rendkívüli helyzetre való tekintettel a megbízható adózók számára az ÁFA folyószámlájukon szereplő ÁFA túlfizetés 15 napon belül kerüljön visszautalásra a vállalkozások cash-flowjának pozitív befolyásolása érdekében.	A turizmus ágazat versenyképességének növelése érdekében a kormány áfacsökkentéssel reagál. A kereskedelmi szálláshely-szolgáltatás áfája 5%-kal csökkent.
A befizetett utazási előlegek kötelező visszafizetése helyett az átfoglalás, illetve a névre szóló utazási voucher kiadásának engedélyezése a külföldi gyakorlatnak megfelelően.	a rendkívüli helyzetre tekintettel, a hazai utazási irodák az azonnali visszafizetés helyett vouchert is adhatnak az utasaiknak a lemondott vagy megghiúsult utak esetében, de a voucher nem tehető kötelezővé.
Munkahelymegőrző támogatás program a szálláshely szolgáltatók, utazási irodák, rendezvényszervező vállalkozások és beszállítóik, valamint a közétkeztetésben résztvevő vállalkozások számára.	A koronavírus járvány idejében a kormány ágazati bértámogatással segít a turisztikai szektorban dolgozóknak. Az igényelhető maximális érték személyenként havi bruttó 214.500 forint. A program lényege, hogy a bruttó érték 50%-át az állam, 50%-át pedig a munkaező állja.
Reprezentációs adó megszüntetése vagy mértékének jelentős csökkentése	Nem kell szociális hozzájárulási adót fizetni a személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény 70. § (4) és (5) bekezdése szerinti reprezentáció és üzleti ajándék juttatása után, ha a juttatás e rendelet hatályba lépésének napja és a 2021. december 31. közötti időszakban történik.

<p>SZÉP-kártya adómentessége vagy adóterheinek jelentős csökkentése 2021.12.31-ig, illetve a SZÉP-kártya egyéni számla egyenleg felhasználhatóságának meghosszabbítása plusz egy évvel.</p>	<p>megduplázódik a SZÉP kártyán elkölthető keretösszeg és felére csökken a kártyára utalt összeg utáni adóteher. A vendégeknek december 31.-ig nem kell idegenforgalmi adót fizetni. Az adóteher így 32,5%-ról 15%-ra csökken.</p>
<p>A vendéglátásban a helyben készült és elviteles ételek ÁFA tartalma megkülönböztetésének megszüntetése, azaz egységesen 5% ÁFA és 4%-os turisztikai fejlesztési hozzájárulás bevezetése</p>	<p>A veszélyhelyzet ideje alatt 5%-kos áfa vonatkozik helyben készült ételek elvitele és házhozszállítása esetén. A kedvezményes áfakulcs 2021. július 31.-ig vehető igénybe.</p>
<p>A rövid távú lakáskiadás újra szabályozása</p>	<p>A kormány úgy döntött, hogy a rövidtávú lakáskiadás szabályozásának jogát az önkormányzatok kezébe adja.</p>
<p>Azonnali, legalább 3 évre szóló, nem forgalomhoz kötött állam által garantált hitelprogram a szálloda szektor, a vendéglátás és az utazási irodai szektor számára, vagy ágazati turizmus bank létrehozása</p>	<p>A válságból való kilábalás érdekében a kormány létrehozta a Széchenyi Turisztikai Kártyát. A vállalkozások 1-3 éves futamidejű, szabad felhasználású, akár bérre, működési költségekre vagy fejlesztésre is fordítható folyószámlahitelt igényelhetnek, 250 millió forint maximális hitelösszegig.</p>

2. melléklet: Kérdőív kérdései

Az Ön neme

- férfi
- nő

Az Ön életkora:

- 18 – 25
- 26 – 35
- 36 – 45
- 45 – 55
- 56 – 65
- 65 felett

Szokott ön utazni?

- igen, főleg országon belül
- igen, főleg külföldre
- igen, belföldön és külföldre is utazom
- nem szoktam utazni

Milyen utazásokat részesít előnyben? (Kérem, legfeljebb 3 válaszlehetőséget jelöljön meg!)

- rokonok/barátok meglátogatása
- természetjárás, kirándulás
- aktív és sporttevékenységek a szabadban (kerékpározás, horgászat, lovaglás, hegymászás, golf stb.)
- kulturális célú városlátogatások, körutazások
- fesztivál látogatás
- gyógyfürdőzés, gyógyulás
- rekreáció, wellness
- egyéb, és pedig:.....

Milyen szállástípust vesz igénybe leggyakrabban?

- szálloda
- panzió
- önálló apartman, vendégház
- kiadó szoba
- ifjúsági szálláshely, kollégium
- kemping
- saját nyaraló vagy ismerős lakása
- egyéb, és pedig:.....

A szálláshely kiválasztása során mennyire fontosak önnek a következő szempontok?
(Válaszát kérem 1-5 skálán adja meg, ahol 1=egyáltalán nem fontos, 5=nagyon fontos)

- szolgáltatások kínálata
- ár
- ingyenes lemondás lehetősége
- ne legyen szükség előlegfizetésre
- legyen divatos, trendi
- megközelíthetőség

Jellemzően mikor foglalja le az utazását és/vagy a szálláshelyet?

- az utazás előtt legalább 2-3 hónappal
- az utazást megelőző 1-2 hónapon belül
- az utazás előtt kb. 1 hónappal
- az utazás előtt 2-3 héttel
- az utazás előtt legfeljebb 1 héttel
- az utazás előtti napokban

Általában mennyi pénzt szán utazásokra egy évben?

- 10-50 ezer Ft között
- 50-100 ezer Ft között
- 100 – 200 ezer Ft között
- 200 – 300 ezer Ft között
- 300 – 500 ezer Ft között
- 500 ezer forint felett

Az elmúlt 2 évben ön többet, vagy kevesebbet költ utazásra, mint korábban?

- lényegesen többet
- többet
- lényegesen kevesebbet
- körülbelül ugyanannyit költök

A felsoroltak közül igénybe veszi-e a felsorolt költséghatékony szolgáltatásokat utazásai során?

soha néha gyakran mindig

diszkont (fapados) légitársaság

diszkont (fapados) autóbusz (pl. Flixbus)

telekocsi

térítésmentes szállásmegosztás (Couchsurfing)

ingyen elszállásolás munkáért cserébe

ismerősök lakása, üdülője

olcsó vendéglátóhelyek (pl. kifőzdék)

A forint árfolyamának romlása / ingadozása befolyásolja-e Önt az utazási döntésben?

- igen
- nem

A jelenlegi gazdasági helyzetben előtérbe helyezi-e a belföldi utazást?

- igen
- nem

Tervez-e külföldi utazást a forint gyengesége és/vagy ingadozása ellenére?

- igen
- nem

Külföldi utazásai során fontos Önnek, hogy biztosítást kössön?

- igen
- nem

Mennyire fontos önnek, hogy a biztosítása tartalmazza a következőket? (Válaszát kérem 1-5 skálán adja meg, ahol 1=egyáltalán nem fontos, 5=nagyon fontos)

- magas fedezeti limitek váratlan betegség vagy baleset esetén
- sürgősségi betegszállítás, mentés, hazaszállítás
- poggyászkár (elveszik, megsemmisül)
- poggyász késedelem (repülős út esetén)
- fedezet COVID-19 fertőzésből eredő károkra
- éjjel-nappal elérhető asszisztencia
- jogvédelmi biztosítás (ügyvédi díj, eljárási díjak, óvadék stb.)útlemondás
- felelősségbiztosítás (ön által okozott kár pl. a szálláshelyen)
- járatkésés, járat törlés
- útlemondási biztosítás

Mennyire fontos önnek, hogy utazása előtt tájékozódjon a következőkről? (Válaszát kérem 1-5 skálán adja meg, ahol 1=egyáltalán nem fontos, 5=nagyon fontos)

- a felkeresett terület közbiztonsága
- a felkeresett terület politikai biztonsága
- járványügyi helyzet
- egészségügyi ellátás lehetősége, költségei
- időjárás
- tud-e kommunikálni az anyanyelvén vagy az ön által beszélt nyelvek valamelyikén
- közlekedési infrastruktúra megléte, biztonsága
- elérhető, naprakész és megbízható információk megléte a területről és a szolgáltatásokról
- helyiek vendégbarát hozzáállása
- árak

Ha igen honnan tájékozódik mindezekről? (Több választ is megjelölhet!)

- közösségi platformokon
- szolgáltatói felületeken
- hatóságok és/vagy szakhatóságok hivatalos felületein
- ismerősöktől/barátoktól
- utazási irodáktól
- egyéb, és pedig:.....

Fontos Ön számára, hogy a kiválasztott úti célja környezetbarát legyen?

- igen
- nem

Mennyire fontos Ön számára, hogy egy szolgáltató/szolgáltatás deklaráltan „zöld” szemléletű legyen (például zöld-szálloda, zöld rendezvény, fenntartható vendéglátóhely)...? (Válaszát kérem 1-5 skálán adja meg, ahol 1=egyáltalán nem fontos, 5=nagyon fontos)

1 2 3 4 5

Hajlandó lenne-e Ön többet fizetni azért, hogy fenntarthatóan működő, „zöld” szolgáltatást vegyen igénybe?

- igen, mindenképpen
- igen, de csak max.10%-kal
nem

Egyetért-e ön a következő kijelentésekkel?

	nem értek egyet	inkább nem értek egyet	inkább egyetértek	egyetértek
Kerülöm azokat a helyeket, ahol nagy a tömeg.				
Inkább választok olyan szolgáltatót, ahol kevesen vannak.				
Fontos számomra, hogy a szálláshely rugalmasan kezelje a foglalásomat.				
Hajlandó vagyok többet fizetni annak érdekében, hogy az utolsó pillanatban is lemondhassam a foglalásomat				
Az utazásomat spontán, általában a kiválasztott idő előtt pár héttel tervezem meg és foglalom le				
A jelenlegi gazdasági helyzetben kevesebbet költök utazásra, mint korábban				

Utazásom során fontos szerepet tölt be a költséghatékonyság				
A forint árfolyamának romlása miatt inkább a belföldi utazást részesítem előnyben, mint a külföldit				
A koronavírus járvány megjelenése óta fontosabbá vált számomra, hogy utazásom előtt biztosítást kössek				
A jelenlegi politikai és gazdasági helyzetben igyekszem inkább hivatalos felületekről tájékozódni, mintsem a közösségi oldalakról.				

3. melléklet: Interjú kérdései

Belföldi és külföldi vendégek számának, vendégéjszakák számának változása

Változás a vendégek nemzetiségi összetételében az elmúlt 5 évben (COVID előtt-után, orosz-ukrán háború kitörése előtt-után)?

Vannak esetleg olyan külföldi piacok, akik inkább elkerülik Magyarországot?

Változtak-e a vendégek igényei, elvárásai? Hogyan?

A konfliktus ellenére érkeznek Önökhöz egyaránt orosz és ukrán vendégek?

Ha igen tapasztalható-e a két nemzetiség között bármiféle konfliktus, negatív érzélem vagy esetleg bizalmatlanság Önök felé?

Tapasztalható-e változás a foglalásokban? (mikor foglalnak, milyen felületeken)?

Van-e változás a lemondásokban? Elvárják-e a rugalmasságot a vendégek (lemondás, előlegfizetés)? Biztosítják-e önök a rugalmas lemondás lehetőségét? Kell-e előleget fizetni foglaláskor? Lemondás esetén mit ajánlanak fel vendégeiknek?

Van-e HR problémájuk? Mely területe(ke)n? Hogyan próbálják meg megoldani?

Hogyan változtak a költségeik az elmúlt években?

Hogyan jelenik meg az energiaárak drágulása az Önök életében?

Mit tudnak tenni annak érdekében, hogy a lehető legkevesebbet tapasztaljanak a válságból? (értem ezalatt: vezettek be változásokat?)

A jelenlegi gazdasági helyzetben történt-e esetleg Önöknél áremelkedés?

Változott-e a szálloda teljesítménye?

- a szobák átlagára
- a REVPAR és a TREVPAR
- az egy szállodai szobára jutó árbevétel
- a bevétel összetétel (szoba, vendéglátás, egyéb)
- a belföldi és a külföldi vendégek átlagköltsége a szállodában
- a SZÉP kártya forgalom

Milyen felületeken hirdetik szolgáltatásaikat? (saját honlap, social media, foglalási portálok, metakeresők stb.) Tapasztalnak-e változást ezek használatában?

Milyen intézkedéseket hozott a szálloda az energiahatékonyság növelése érdekében? (intelligens hőszabályozás, energiatakarékos berendezések, LED-es égők használata)

Hogyan kezeli a szálloda a vízfelhasználást, és milyen technológiákat alkalmaz a víztakarékosság érdekében?

Milyen intézkedései vannak a szállodának a hulladék minimalizálására és újra hasznosítására? (pl szelektív hulladékgyűjtés, környezetbarát csomagolóanyagok használata)

Rendelkezik a szálloda környezetvédelmi tanúsítvánnyal vagy egyéb fenntarthatósági minősítéssel?

Hogyan járul hozzá a szálloda a környezetvédelemhez? (pl környezetbarát vegyszerek használata)

NYILATKOZAT

A szakdolgozatnyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve:	Fáncsik Nikolett
A Hallgató Neptun kódja:	E98TXM
A dolgozat címe:	A környezet változásának hatásai Magyarországturizmusában
A megjelenés éve:	2024
A konzulens intézetének neve:	Turizmus és Marketing Intézet
A konzulens tanszékének a neve:	Turizmus és Vendéglátás Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemitulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2024. április 10.



Hallgató aláírása

NYILATKOZAT

Fáncsik Nikolett (hallgató Neptun azonosítója: E98TXM) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem

Kelt: Gödöllő, 2024. április 18.



belső konzulens