

# A JÖVŐ TURIZMUSA, A TURIZMUS JÖVŐJE – VÁLLALKOZÓI PROGNÓZIS KUTATÁS A DÉL-DUNÁNTÚLI TURISZTIKAI VÁLLALKOZÓK SZEMSZÖGÉBŐL

<sup>1</sup> Nagy Dávid – <sup>2</sup> Csapó János – <sup>3</sup> Végi Szabina

<sup>1</sup> PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem Földtudományok Doktori Iskola, david@info-partner.hu

<sup>2</sup> Egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, csapo.janos@tkk.pte.hu

<sup>3</sup> PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, mikeine.vegi.szabina@tkk.pte.hu

DOI: 10.15170/TVT.2021.06.02.05

## Absztrakt

Tanulmányunkban a turizmus jövőbeni kihívásait és trendjeit igyekeztünk felmérni a dél-dunántúli régió turisztikai tevékenységekkel foglalkozó vállalkozóinak, munkavállalóinak megkérdezésével. Ennek megfelelően a GINOP-5.3.5-18-2019-00104 projekt keretében 2020 őszi kérdőíves felmérést végeztünk a Dél-Dunántúli Régió turizmushoz köthető cégeinek vezetői és munkatársai körében, melynek kapcsán a cégek működési kihívásaira és a hazai és nemzetközi turizmus jövőjével kapcsolatos véleményükre voltunk kíváncsiak. A kérdőív keretein belül összesen 20 kérdéscsoport mentén kérdeztünk rá az adott vállalat profiljára, illetve a turizmust napjainkban és a jövőben leginkább befolyásoló területekre. Jelen tanulmány az általunk megkeresett 200 dél-dunántúli turizmushoz köthető cég képviselőinek a kérdőívünkre adott válaszait dolgozza fel.

*Kulcsszavak: a turizmus jövője, Dél-Dunántúl, turisztikai vállalkozói szféra, prognózis*

## Abstract

In our study, we tried to assess the future challenges and trends of tourism by interviewing entrepreneurs and employees of the South Transdanubian region involved in tourism activities. Accordingly, in the framework of the GINOP-5.3.5-18-2019-00104 project, we conducted a questionnaire survey in the autumn of 2020 among the managers and employees of tourism-related companies in the South Transdanubian Region, in which we asked about the operational challenges of the companies and their opinions on the future of domestic and international tourism. The questionnaire was based on a total of 20 groups of questions, asking about the profile of the company and the main areas affecting tourism today and in the future. This study presents the responses to our questionnaire of the representatives of the 200 tourism-related companies in South Transdanubia that we contacted.

*Keywords: the future of tourism, South Transdanubia, tourism business sector, prognosis*

## 1. Bevezetés, a kutatás célja és módszere

Magyarország társadalmi-gazdasági életében, és nem utolsósorban nemzetközi imázsában is komoly szerepet tölt be a turizmus, a bruttó hazai termékhez hozzáadott értéke évről évre – a COVID-19 okozta pandémiáig – rekordokat dönt (CSAPÓ – GONDA 2019, CSAPÓ – TÖRŐCSIK 2020). A KSH szatellit számla adatai alapján a turizmus gazdasághoz való közvetlen hozzájárulása a GDP 6,8%-a, a közvetett hatásokat is magában foglaló hozzájárulás pedig a GDP 10,7%-a. 2019-ben a vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken elérte a 12,8 milliót, míg a vendégéjszakák száma meghaladta a 31,2 milliót. A kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj-bevétele 9,2 százalékkal, a szálláshelyi összbevétel 8,8 százalékkal nőtt 2018-hoz viszonyítva (KSH 2021, CSAPÓ – LŐRINCZ 2020).

Azonban fontos kiemelni, hogy amennyire stabil növekedést mutató ágazatról beszélünk, az annyira sérülékeny is (CSAPÓ – TÖRŐCSIK 2019). Egy globális gazdasági vagy természeti probléma, esetleg olyan társadalmi hatások, mint a terrorizmus, nagyon gyors és hirtelen változásokat, szinte azonnali visszaeséseket hozhatnak magukkal ebben a szektorban. Ráadásul az a fajta globális hipermobilitás, amiben az elmúlt évtizedekben élünk, nem csak a határokat számolta fel, de ezzel egy időben növelte a lokálisból globálissá fejlődő sokkhatások számát is (LEW et al. 2008, TÖRŐCSIK – CSAPÓ 2018, TÖRŐCSIK 2016).

A turizmus a Dél-dunántúli régió számára is tradicionálisan kiemelten fontos, hiszen az ágazat már a két világháború között fontos gazdasági tényezővé vált (GONDA – KAPOSZI 2019). Az új turisztikai térségek lehatárolása során a Pécs-Villány térség került nevesítésre, mint alapvetően kulturálisturisztikai (GÁSZNÉ BÓSZ 2020) és kiemelt élményt nyújtó, bor- és gasztroturisztikai desztináció (PÁLFI – AUBERT 2019). Éppen ezért kiemelten fontos, hogy a turizmus jövőbeni kihívásait és trendjeit felmérjük, amihez nemcsak a szekunder irodalmakon alapuló források feldolgozása szükséges, hanem az is, hogy primer kutatással, elsődleges eredményeket produkálva is megismerhessük jelen esetben a dél-dunántúli régió turisztikai tevékenységeivel foglalkozó vállalkozóinak, munkavállalóinak véleményét is a témáról.

Ennek megfelelően a GINOP-5.3.5-18-2019-00104 projekt keretében 2020 őszi félévben kérdőíves felmérést végeztünk a Dél-Dunántúli Régió turizmushoz köthető cégeinek vezetői és munkatársai körében, melynek kapcsán a cégek működési kihívásaira és a hazai és nemzetközi turizmus jövőjével kapcsolatos véleményükre voltunk kíváncsiak. A kérdőív keretein belül összesen 20 kérdéscsoport mentén kérdeztünk rá az adott vállalat profiljára, illetve a turizmust napjainkban és a jövőben leginkább befolyásoló területekre. Jelen tanulmány az általunk megkeresett 200 dél-dunántúli turizmushoz köthető cég képviselőinek a kérdőívünkre adott válaszait dolgozza fel.

Felmérésünk nem reprezentatív, azonban a nagymintás mintavétel és megkérdezés véleményünk szerint a szakmai szempontok alapján minden további nélkül lehetőséget ad tudományosan megalapozott elemzésre és következtetésekre levonására.

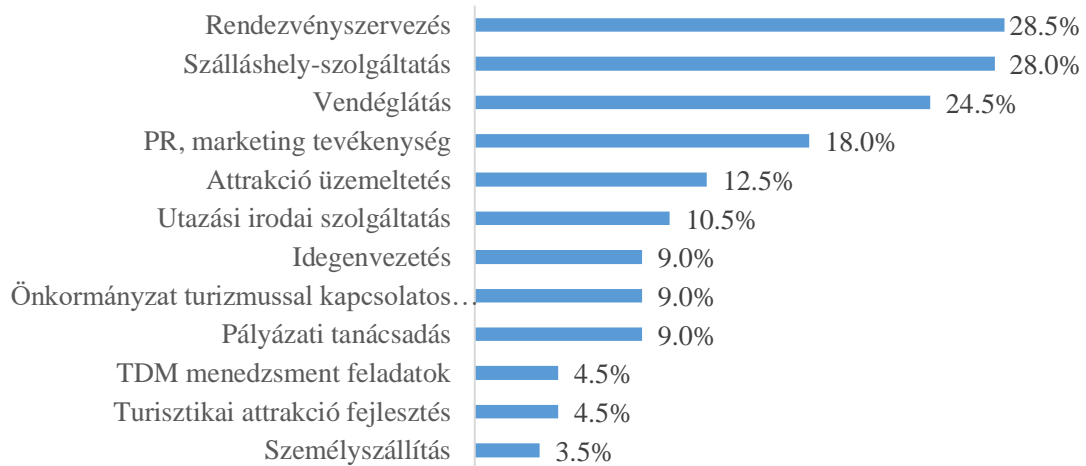
## 2. A kérdőíves felmérés eredményeinek bemutatása és elemzése

### 2.1. A kitöltők adatai

Kérdéseink első részében a megkérdezett cégek profilját és a cégek működéséből adódó kihívásokat szeretnénk megismerni. Első kérdésünk kapcsán felmértük, hogy milyen tevékenységi háttérrel bírnak a megkérdezett vállalkozások. Ezek szerint a megkérdezett vállalkozások legnagyobb része a rendezvényszervezéshez (28,5%), illetve a szálláshelyszolgáltatás tevékenységeihez (28%) köthető, de nagy arányban kaptunk választ a vendéglátáshoz köthető cégekről (24,5%), és a PR, marketing tevékenységgel foglalkozó vállalkozásokról (18%) is.

A megkérdezett cégek további profiljai az attrakció üzemeltetés (12,5%), utazásiirodai szolgáltatás (10,5%), idegenvezetés (9%), önkormányzatok turizmussal kapcsolatos tevékenységei (9%), pályázati tanácsadás (9%), és – számosságuk okán is – jóval kisebb részben TDM menedzsment feladatok (4,5%), illetve turisztikai attrakció fejlesztés (4,5%) és személyszállítás (3,5%) (1. ábra).

**1. ábra: A turizmus területén milyen tevékenységet folytat a cég? Több válasz is lehetséges. (n=200)**



*Forrás: Saját szerkesztés*

A cégalapítás idejét firtató kérdésünk alapján 3+1 csoportot különítettünk el, ahol a plusz csoport tagjai (14,5%) nem válaszoltak a kérdésünkre. A hasznosítható válaszok alapján a megalkotott 3 csoport: 1999 vagy az előtti alapítás (21%), 2000-2010 közti alapítás (37%) és 2011, vagy az utáni alapítás (27,5%). A megkérdezett cégek jelentős része tehát már legalább 10 éve tevékenykedik a dél-dunántúli turisztikai és munkaerő piacon, ami véleményünk szerint mindenképp kedvező adatnak mondható.

Végül, az első kérdésblokk végén arra voltunk kíváncsiak, hogy a megkérdezett cég összesen hány főt foglalkoztat. A beérkezett válaszok alapján szintén csoportokat hoztunk létre, melyek alapján nem volt meglepő, hogy – a turizmus hazai és nemzetközi munkaerőpiaci- és átlagos cégméret-helyzetére is jellemzően – a 0-5 főt foglalkoztató cégek kerültek többségbe (az összes megkérdezett cég 50,5%-a), illetve a következő csoportok esetén is mindig az épp legkisebb létszámú csoport következett a gyakorisági listán.

Így a 6-10 főt foglalkoztató vállalkozások aránya 19,5%, a 11-20 főt foglalkoztatóké 12%, a 21-100 főt foglalkoztatóké 7% (megjegyezzük, hogy itt azért nem készítettünk egy 21-50, illetve egy 51-100 főt foglalkoztató csoportot is, mert itt már nagyon kevés volt a cégek aránya) és mindössze a válaszadók 2%-a dolgozott 100 főnél magasabb létszámú cégnél.

## 2.2. A cég munkaerőpiaci helyzete

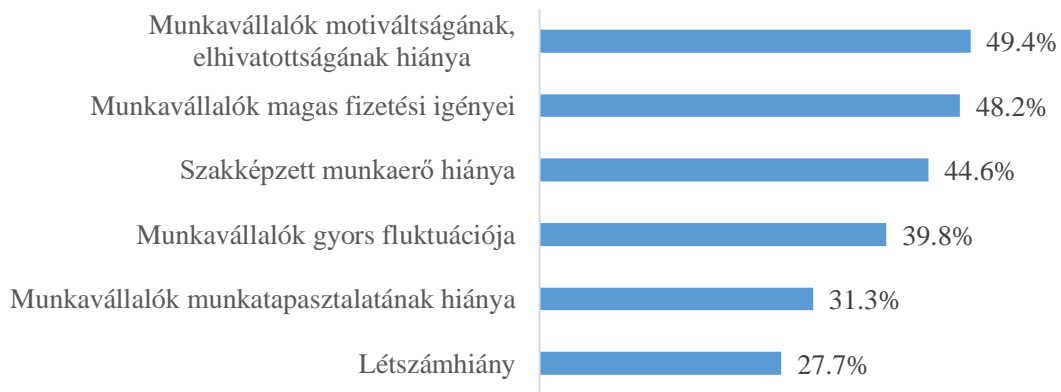
Az adott cég munkaerőpiaci helyzetének feltárása kapcsán mindenképp meg szeretnénk volna kérdezni, hogy – főleg a jelenlegi, COVID 19 okozta gazdasági sokk folyamányaként és persze a turizmusban foglalkoztatottak jelentette kihívások kapcsán – küzd-e a megkérdezett cég munkaerőpiaci problémákkal. A kérdésre adott válaszok alapján azt látjuk, hogy a cégek nagyobbik része, 56,5%-a nem küzd munkaerő problémákkal, 11%-a azonban igen, leginkább a COVID-19 okozta pandémia óta, illetve komoly szegmenseként azonosítható be azon cégek 24,5%-a, amelyek szinte folyamatosan küzdenek munkaerő problémákkal. Az e kérdéskör tekintetében legerősebben sújtott csoport a cégeknek azon 6%-a, amelyek egyrészt folyamatosan küzdenek munkaerő problémákkal, másrészt ezt a helyzetet még tetézte a COVID 19 okozta gazdasági sokk is.

Természetesen a továbbiakban arra is kíváncsiak voltunk, hogy az előző kérdésre igennel válaszolók kapcsán milyen jellegű problémákkal küzd az adott cég. Ezeket a válaszokat egyrészt levezettük az igennel válaszolók sokaságán (n=83 fő), de megnéztük az arányokat a teljes válaszadók tekintetében is (n=200 fő) (2-3. ábra). Az igennel válaszolók körében a legnagyobb arányban a munkavállalók motiváltságának, elhivatottságának a hiánya lépett fel problémaként (49,4%), amelyet szorosan követett a munkavállalók magas fizetési igényei probléma (48,2%). Szintén komoly gondként lépett fel a szakképzett munkaerő hiánya (44,6%) és a munkavállalók gyors fluktuációja (39,8%). A két utolsó problémakör aránya sem elhanyagolható amennyiben a munkavállalók munkatapasztalatának hiányát 31,3% jelölte meg, a létszámhiányt pedig 27,7%. A válaszadás kapcsán több válasz is lehetséges volt.

Ha ugyanezt a kérdést a teljes válaszadók tekintetében nézzük meg, akkor a felmerülő problémák sorrendje ugyanaz lesz annyi különbséggel, hogy természetesen a válaszok aránya kisebb értékeket mutat (3. ábra).

A válaszok alapján az is leszögezhető, hogy alapvetően a hazai turisztikai munkaerőpiac kihívásaira és problémáira erősen rezonáló válaszokat kaptunk a Dél-Dunántúl tekintetében.

**2. ábra: Ha igen, milyen jellegű problémákkal küzd? (több válasz is lehetséges) (n=83) (csak az előző válaszra igennel válaszolókhöz viszonyítva)**



*Forrás: Saját szerkesztés*

**3. ábra: Ha igen, milyen jellegű problémákkal küzd? (több válasz is lehetséges) (n=200) (a teljes mintához viszonyítva)**

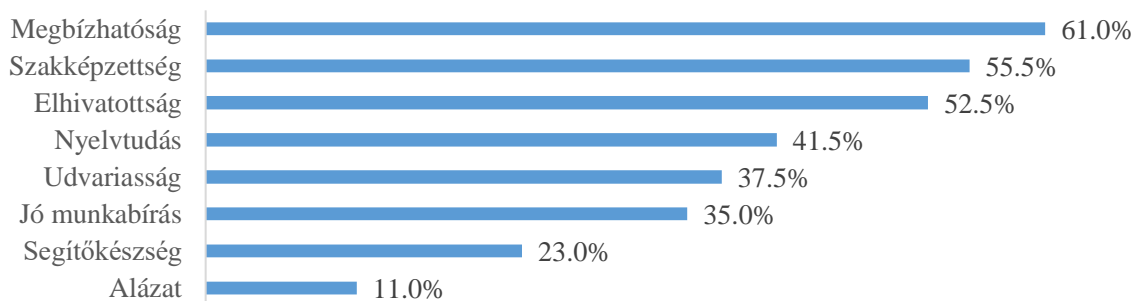


*Forrás: Saját szerkesztés*

A következőkben azt kérdeztük a válaszadóinktól, hogy elégedettek-e a munkavállalók szakmai tudásával. A válaszok e téren alapvetően kedvező képet mutatnak amennyiben a válaszadók 74%-a alapvetően elégedett volt a munkavállalóival, 9,5% nem válaszolt és csak 16,5% jelölte meg, hogy nem volt elégedett.

Ezek után azt firtattuk, hogy egy turizmus-vendéglátásban dolgozónak, munkavállalónak alapvetően milyen tulajdonságokkal, értékekkel kell rendelkeznie. A kérdésre megadtunk 8 ismérvet, lehetőséget, amelyek közül a 3 legfontosabbat kellett kiválasztani. A válaszok kapcsán a legfontosabb értéknek a megbízhatóságot jelölték meg a válaszadók (61%), amelyet a szakképzettség (55,5%) és az elhivatottság (52,5%) követett. A tényezők közül a 4. helyen a nyelvtudást emelték ki (41,5%), 5. helyen pedig az udvariasságot (37,5%). A lista utolsó harmadában sorolták a jó munkabírást (35%) és a segítőkészséget (23%), az utolsó – messze a legalacsonyabb értéket mutató – tulajdonság az alázat volt 11%-kal (4. ábra).

**4. ábra: Ön mit gondol, mik a legfontosabb tulajdonságai/értékei a turizmus-vendéglátásban dolgozóknak? Kérem, az alábbiak közül válassza ki azt a 3 legfontosabb tulajdonságot, amit Ön is elvár a munkavállalótól (n=200)**



*Forrás: Saját szerkesztés*

A cégek munkaerőpiaci helyzetét firtató kérdéseink utolsó tétele kapcsán arra voltunk kíváncsiak, hogy az elkövetkező időszakban (1-3 évben) várható-e, hogy a cégnél bővül a foglalkoztatottak köre. A kérdésre a válaszadók mindössze 2,5% nem válaszolt, a 200 válasz 40%-ánál úgy érezték, hogy lesz bővülés a cégnél, 57,5% viszont nem vizionált létszámbeli növekedést.

### 2.3. A jövő turizmusának értékelése

A kérdőív következő szakaszában rátértünk a közvetlen kutatási terület lekérdezésére, így a válaszadók jövőbeni elképzeléseire voltunk kíváncsiak a turizmus keresleti és kínálati oldala tekintetében, illetve a Dél-Dunántúl turizmusa, és a cégük jövőbeni vizionált helyzete kapcsán. Ebben a kérdésblokkban az első kérdésünk azt firtatta, hogy a megkérdezettek szerint mik a legfontosabb kihívások a közeljövőben a cége számára. A válaszadók a megadott tényezők közül 5-öt választhattak ki.

A válaszok alapján a jövőbeni legfontosabb kihívásként egyértelműen a munkatársak megfelelő bérezésének megteremtése (53%) és a fizetőképes belföldi kereslet jelenlétének csökkenése/hiánya (51%) került a lista élére, emellett azonban erősen közelítette az 50%-ot a megfelelő munkaerő alkalmazásának kérdésköre (49%) és 40% feletti értéket produkált a Dél-Dunántúli régió társadalmi-gazdasági fejlettségi szintjének további csökkenése (42,5%) és a turizmus biztonsági kérdései is (41,5%).

A továbbiakban 30% felett csak a további fejlesztési pályázatok hiánya kategória került megjelölésre (32,5%), a 20% feletti kategóriákhoz pedig az erős versenyhelyzet okozta problémák, kihívások (29%), az alkalmazkodás a digitális társadalomhoz, a digitális kultúrához (27%), a fizetőképes külföldi kereslet jelenlétének csökkenése/hiánya (23%) és a kormányzati/állami hozzáállás turizmushoz köthető negatív irányú megváltozása (21,5%) tartoztak. Számunkra érdekes módon a munkavállalók gyors fluktuációja került az utolsó helyre (17,5%) (5. ábra).

**5. ábra: Ön szerint mik a legfontosabb kihívások a közeljövőben a cége számára? (Kérem, válasszon ki maximum 5 tényezőt!) (n=200)**



*Forrás: Saját szerkesztés*

A későbbi összehasonlíthatóság érdekében ugyanezt a 11 állítást soroltuk fel a következő kérdés megválaszolása kapcsán: Ön szerint mik a legfontosabb kihívások a közeljövőben a Dél-Dunántúli Régió turizmusa számára. A válaszadók a megadott tényezők közül itt is 5-öt választhattak ki. A válaszok tekintetében leszögezhető, hogy ebben a kérdéskörben 66%-os kiemelkedő eredménnyel az előző válaszok 4. helyezettje (a Dél-Dunántúli régió társadalmi-gazdasági fejlettségi szintjének további csökkenése) került az első helyre. Itt is kiemelt, 2. helyen szerepelt a munkatársak megfelelő bérezésének megteremtése (49,5%), a turizmus biztonsági kérdései pedig két helyet javítva a 3. helyre került 46,5%-kal, igaz, szintén 46,5%-ot kapott a további fejlesztési pályázatok hiánya is, ami ezzel két helyet erősödött az előző válaszokhoz képest.

A válaszok kapcsán a megfelelő munkaerő alkalmazása itt a 3. helyről a 6. helyre esett vissza 46%-os aránnyal, a fizetőképes külföldi kereslet jelenlétének csökkenése/hiánya azonban itt jóval erősebb tételként került elő (6. pozíció 43,5%-kal), mint az előző kérdésnél. A kormányzati/állami hozzáállás turizmushoz köthető negatív irányú megváltozása válasz is két helyet erősödött a regionális viszonylatban (7. pozíció, 33%), az erős versenyhelyzet okozta problémák, kihívások (25%) és az alkalmazkodás a digitális társadalomhoz, a digitális kultúrához (23%) pedig hasonló értékeléseket kapott, mint az előző esetben. Ennél a kérdésnél is a munkavállalók gyors fluktuációja került az utolsó helyre a válaszok tekintetében (17%) (6. ábra).

**6. ábra: Ön szerint mik a legfontosabb kihívások a közeljövőben a Dél-Dunántúli Régió turizmusa számára? (Kérem, válasszon ki maximum 5 tényezőt!) (n=200)**



*Forrás: Saját szerkesztés*

A kérdéskört tovább folytattuk a tekintetben, hogy a válaszadók hogyan látják a hazai turizmus helyzetét, aktuális kihívásait (Ön szerint mik a legfontosabb kihívások a közeljövőben a hazai turizmus számára?). Az erre a kérdésre adott válaszoknál ismét megváltozott a sorrend, amennyiben itt már a turizmus biztonsági kérdései kerültek említésre az első helyen (59%), illetve a válaszadók a 2. és 3. helyen már a keresleti tényezők jelentette kihívásokat jelölték meg kiemelt problémaként (a fizetőképes külföldi és belföldi kereslet jelenlétének csökkenése/hiánya – 56% és 53%). Az említések gyakorisági listáján a megfelelő munkaerő jelenléte és a bérezésének problémája következett (47%, illetve 41,5%), amelyet egy tágabb környezeti elem, Magyarország EU-val való viszonyának kérdése követett (39,5%). Az erős versenyhelyzet okozta problémáktól tartottak a legkevésbé a válaszadók (18%), az említések gyakorisági listájának végén pedig a kormányzati hozzáállás (31%), a további fejlesztési pályázatok hiánya (29%), az alkalmazkodás a digitális társadalomhoz és kultúrához (27,5%) és a munkavállalók gyors fluktuációja (24%) szerepelt (7. ábra).

**7. ábra: Ön szerint mik a legfontosabb kihívások a közeljövőben a hazai turizmus számára? (Kérem, válasszon ki maximum 5 tényezőt!) (n=200)**



*Forrás: Saját szerkesztés*

Ennek a kérdéssornak a végén immáron arra kérdeztünk rá, hogy a megkérdezettek szerint mik a legfontosabb kihívások a közeljövőben a nemzetközi turizmus számára. Az erre kapott válaszoknál szintén az első helyen végzett a turizmus biztonsági kérdéseinek említése, de jóval magasabb arányban, és nagy különbséggel a második helyhez képest, mint az előzőekben (85,5%). További kiemelt problémaként szerepelt a fizetőképes kereslet jelenlétének csökkenése/hiánya (54%), illetve a túlzott turizmus erősödése (48%) és itt már kiemelt ügynek számított az erős versenyhelyzet okozta problémák kérdésköre (35,5%). Legkevésbé fontos tényezőként a munkavállalók gyors fluktuációja és a munkatársak megfelelő bérezésének megteremtése került elő (8. ábra).



**8. ábra: Ön szerint mik a legfontosabb kihívások a közeljövőben a nemzetközi turizmus számára? Kérem, válasszon ki maximum 5 tényezőt! (n=200)**



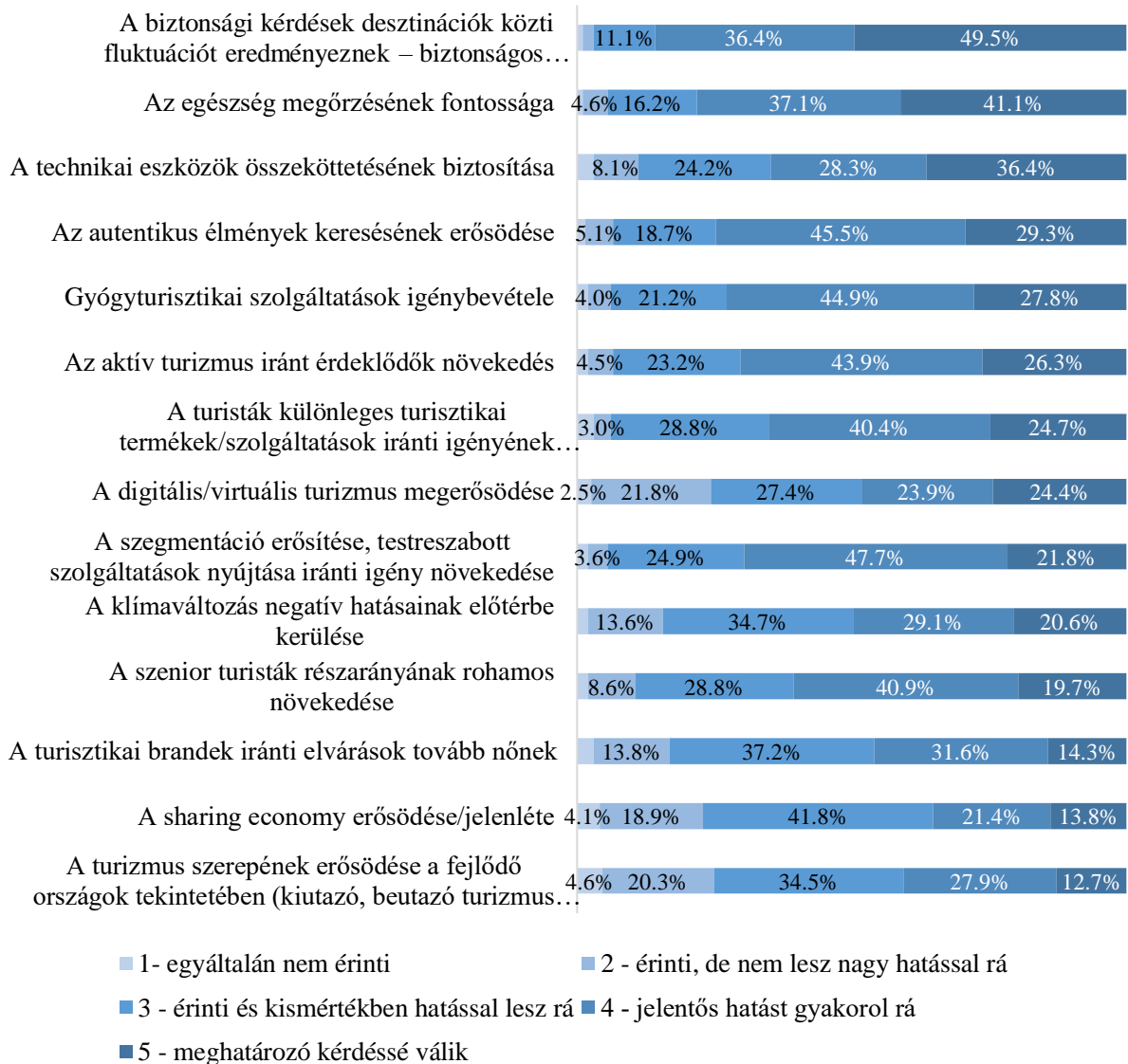
*Forrás: Saját szerkesztés*

A következő kérdés kapcsán arra kértük a válaszadókat, hogy értékeljék a felsorolt turisztikai trendeket a tekintetben, hogy szerintük milyen mértékben fogják befolyásolni az elkövetkezőkben a hazai és nemzetközi turisztikai folyamatokat. A válaszokat egy 1-5-ig tartó skálán tudták megadni ahol 1=egyáltalán nem érinti, 2=érinti, de nem lesz nagy hatással rá, 3=érinti és kismértékben hatással lesz rá, 4=jelentős hatást gyakorol rá és 5=meghatározó kérdéssé válik. A megadott válaszok alapján azt látjuk, hogy a biztonság kérdése ismét kiemelt szereppel bír a jövőbeli predesztinált turisztikai trendek fontossága kapcsán amennyiben a válaszadók 49,5%-a 5-ös értékkel jelölte (és további 36,4% 4-essel) a „A biztonsági kérdések desztinációk közti fluktuációt eredményeznek – biztonságos térségek előtérbe helyezése” trendet.

Véleményünk szerint a kapott válaszok hűen tükrözik a különböző, turizmus jelenével és jövőjével foglalkozó trendriportok (TÖRŐCSIK – CSAPÓ 2018, TÖRŐCSIK 2016) megállapításait, mivel a második helyen az egészséges életmód, az egészség megőrzésének fontossága, a harmadikon pedig a technikai fejlődés, pontosabban a technikai eszközök összeköttetésének biztosítása szerepelt. Szintén a nemzetközi s hazai szakirodalom megállapításait tükrözi és erősíti meg, hogy a következő helyeken az autentikus élmények keresésének megerősödése, a gyógyturisztikai szolgáltatások igénybevétele és az aktív turizmus iránti érdeklődés növekedése szerepelt.

A válaszadók a legkevésbé fontos trendként a turizmus szerepének erősödését a fejlődő országok tekintetében (kiutazó, beutazó turizmus egyaránt), a sharing economy erősödését/jelenlétét, illetve a turisztikai brandek iránti elvárások további növekedését jelölték meg (9. ábra).

**9. ábra: Kérem, értékelje az alábbi turisztikai trendeket a tekintetben, hogy Ön szerint milyen mértékben fogják befolyásolni az elkövetkezőkben a hazai és nemzetközi turisztikai folyamatokat? 1: egyáltalán nem érinti, 2: érinti, de nem lesz nagy hatással rá, 3: érinti és kismértékben hatással lesz rá, 4: jelentős hatást gyakorol rá, 5: meghatározó kérdéssé válik (n=200)**



*Forrás: Saját szerkesztés*

A következő kérdésben azt tételeztük fel, hogy véget ér a veszélyhelyzet, és minden visszaáll a régi kerékvágásba. Ebben e helyzetben kértük meg a válaszadókat, hogy 1-5-ös skálán jelöljék meg, hogy mennyire értenek egyet az egyes, általunk megadott állításokkal, amelyek a turisták fogyasztási szokásaira utalnak. (Mivel összesen 20 tényezőt kellett értékelni, a megfelelő láthatóság kedvéért két ábrában jelenítjük meg az állítások sorrendjét). Az eredmények tükrében fontos megállapítás, hogy az első 5 leginkább egyetértéssel bíró állítás közül 3 is a turizmus biztonsági kérdéseivel foglalkozik, további 2 top trend pedig az árak növekedését és az anyagi helyzet negatív irányú megváltozását emeli ki.

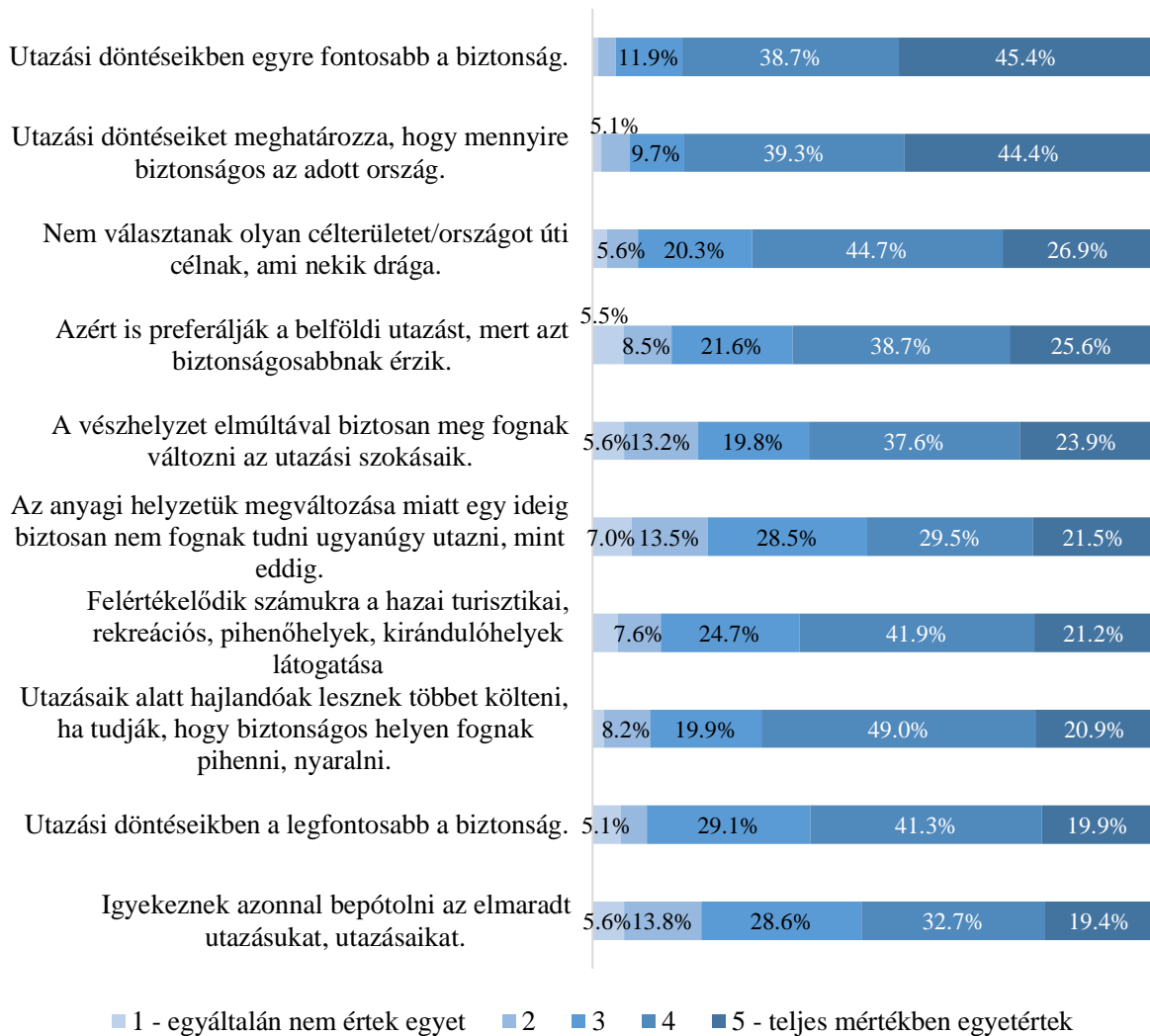
Szintén a kiemelt trendek közé tartozik, hogy a turisták az utazásaik alatt hajlandóak lesznek többet költeni, ha tudják, hogy biztonságos helyen fognak pihenni, nyaralni, illetve, hogy a belföldi, ezáltal szintén valószínűleg biztonságosabb és egyben olcsóbb utazások lesznek népszerűbbek.

Az utazási szokások megváltozását és a COVID miatt kiesett utazások gyors bepótlását is komolyan valószínűsítik a megadott válaszok (10. ábra).

A 10. ábra a legkevésbé előrevetített (utolsó 10 legfontosabbnak ítélt) trendet mutatja be, melynek értelmében – érthető módon, hiszen mindegyik megkérdezett válaszadó a klasszikus, hagyományos, helyváltoztatáson alapuló turizmusban érdekelt – a virtuális turizmus szerepét látják az elkövetkezőkben a legkevésbé valószínűleg.

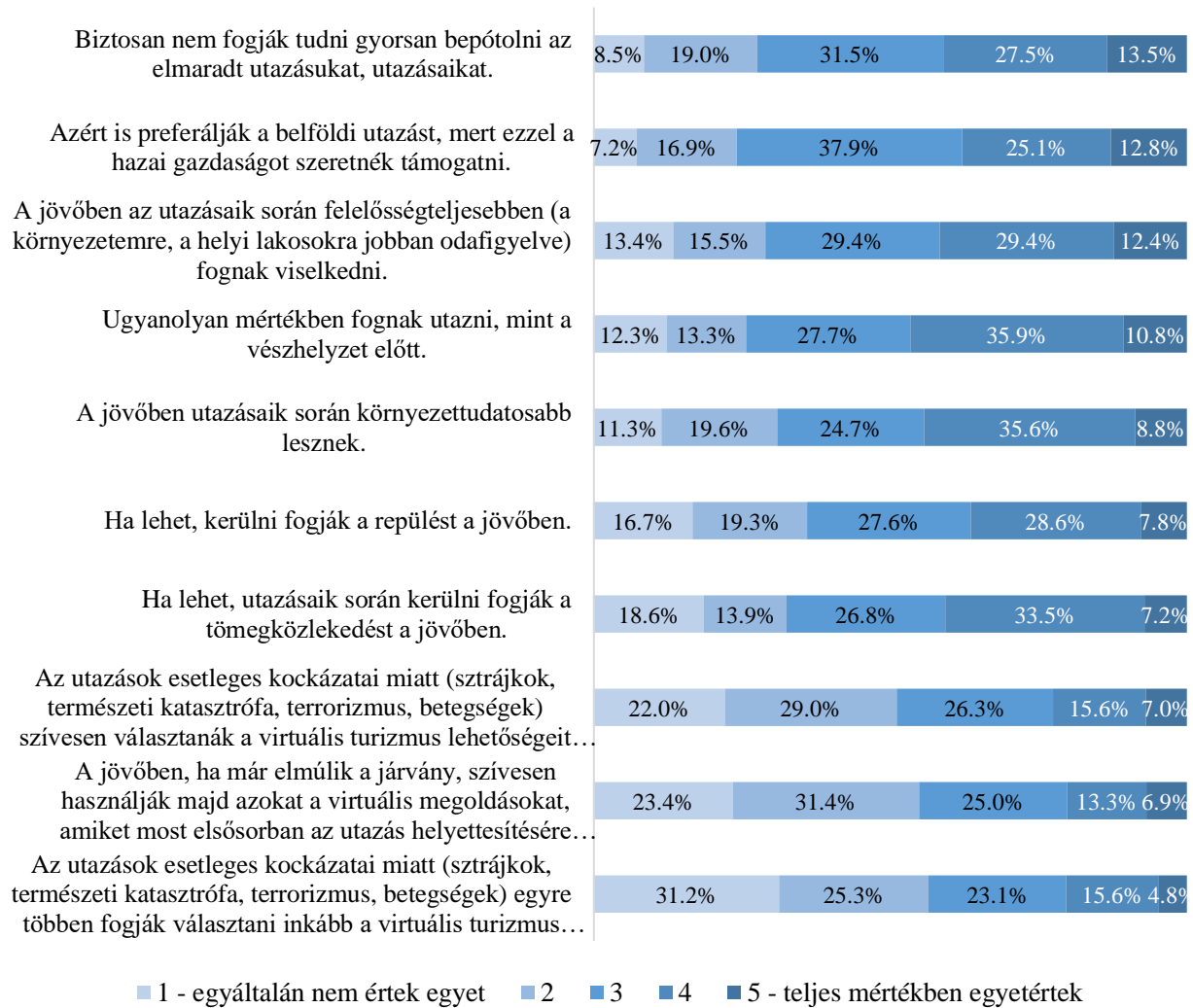
A válaszokból az is látható, hogy a megkérdezettek nem vizionálnak a fenntartható turizmus eszméinek és gyakorlatának túlságosan erős szerepet, hiszen alacsonyán értékelték csak egyet az „a jövőben utazásaik során környezettudatosabb lesznek”, „ha lehet, kerülni fogják a repülést a jövőben” és az „a jövőben az utazásaik során felelősségteljesebben (a környezetemre, a helyi lakosokra jobban odafigyelve) fognak viselkedni” állítások, viszont ezzel ellentétben a „ha lehet, utazásaik során kerülni fogják a tömegközlekedést a jövőben” állítással is csak kevésbé értékelték egyet a válaszadók (11. ábra).

**10. ábra: Tegyük fel, hogy véget ér a mostani veszélyhelyzet, és minden visszaáll a régi kerékvágásba. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? (Ezek is a hazai turistákra vonatkoznak) Kérem, jelölje az 1-et, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5-öt, ha teljes mértékben egyetért (0, ha nem akar, vagy nem tud válaszolni)! (n=200)**



Forrás: Saját szerkesztés

**11. ábra: Tegyük fel, hogy véget ér a mostani veszélyhelyzet, és minden visszaáll a régi kerékvágásba. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? (Ezek is a hazai turistákra vonatkoznak) Kérem, jelölje az 1-et, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5-öt, ha teljes mértékben egyetért (0, ha nem akar, vagy nem tud válaszolni)! (n=200)**



*Forrás: Saját szerkesztés*

A következőkben a válaszadóknak immár egy tervezett baranyai turisztikai fejlesztéssel kapcsolatos véleményére voltunk kíváncsiak és arra kértük a megkérdezetteket, hogy igennel vagy nemmel válaszoljanak 7, a 2024-ben Baranya és Pécs Európa Gasztronómiai Régiója projektre vonatkozó állításra.

A válaszok értelmében a megkérdezettek mindössze 64%-a tudott arról, hogy létezik egy olyan civil kezdeményezés, amely szeretné elérni, hogy 2024-ben Baranya és Pécs legyen Európa Gasztronómiai Régiója, mellyel párhuzamosan – miután egy részük megismerte ezt a kezdeményezést – a válaszadók 91,5% értett egyet azzal, hogy erre a címre méltó lenne Baranya megye.

Szintén magas (87,5%) volt az egyetértés aránya azzal az állítással, hogy 3 év felkészülés elegendő lehet arra, hogy a megye gasztronómiája felkészüljön a sikeres szereplésre, gasztronómiai értékeinek bemutatására és azzal is magasan (90%) egyetértettek, hogy egy ilyen egy- illetve több éves programra közpénzt kell áldozni.

Ezzel párhuzamosan a válaszokból az tűnik ki, hogy egy ilyen átfogó program nem hozható létre csupán civil és vállalkozói összefogásból, illetve 74,5%-os igen arányokkal pozitívan viszonyultak ahhoz, hogy egy ilyen cím és az arra történő felkészülés révén Baranya és Pécs bekerülhet a turizmus szempontjából elsődleges turisztikai fogadóterületek közé Magyarországon.

Ebben a kérdéssorban rákérdeztünk még továbbá arra, hogy a megkérdezettek szerint egy ilyen cím milyen változást hozhat a helyi termékek termelésében, ismertségük növekedésében és népszerűsítésükben. Az erre a kérdésre válaszoló 196 fő nagy többsége (83,5%) szerint egy ilyen cím jelentős pozitív változást, új lendületet hozhat a térségnek, míg a megkérdezetteknek mindössze 14,8%-a nem értett ezzel egyet.

Kérdőívünkben arra is kíváncsiak voltunk, hogy a megkérdezett turizmusban foglalkoztatott válaszadók miként tudnának hozzájárulni a program sikeréhez. Véleményünk szerint a válaszadók alapvetően pozitívan álltak hozzá a kérdéshez amennyiben 58%-uk ötleteléssel, kezdeményezéssel, 50%-uk rendezvényszervezéssel, 26%-uk különféle önkéntes munkákkal és még 6,5%-uk akár pénzadományokkal is hozzájárulnának ezen program sikeréhez, illetve mindössze 14% nem kívánt volna semmilyen formában hozzájárulni a programhoz.

A következőkben arra voltunk kíváncsiak, hogy a válaszadók mely szervezetektől várnának jelentős anyagi hozzájárulást a Baranya és Pécs Európa Gasztronómiai Régiója 2024 program megszervezéséhez és lebonyolításához. A válaszok sorrendjét a 19. ábra mutatja be, mely lista élén a Magyar Turisztikai Ügynökség, a Baranya Megyei Önkormányzat és Pécs Város Önkormányzata áll.

A kérdőív utolsó, az EGR 2024 programra vonatkozó kérdéssora azt firtatta, hogy a megkérdezettek mennyire értenek egyet a felsorolt állításokkal. A 200 válaszadó alapvetően nagyon pozitívan látja a tervezett EGR 2024 turizmust elősegítő szerepét, hiszen a teljes mértékben egyetértők és az inkább igennel válaszolók aránya lényegében minden állításnál magas volt.

A kérdőív utolsó előtti kérdésében rákérdeztünk, hogy a térség turisztikai szereplői hallottak-e arról, hogy régióinkban is létrejött egy turisztikai térség, Pécs-Villányi megnevezéssel. Mivel a kérdésre válaszolók (n=194) közül mindössze 59,3% hallott erről a lehatárolt turisztikai térségről, úgy gondoljuk, hogy – annak ellenére, hogy ez egy viszonylag friss lehatárolás – a Magyar Turisztikai Ügynökségnek erősebben kellene kommunikálni ezen, a térség turizmusát igen komoly mértékben befolyásoló, munkáját.

A kérdőívünk utolsó kérdésében azt firtattuk, hogy a megkérdezettek szerint a felsorolt turisztikai termékek közül - a Pécs-Villányi térség adottságait figyelembe véve - melyek kiemelt fejlesztése lenne kívánatos. A kérdésnél a 3 legfontosabbat kellett megjelölni.

Ez a kérdés egyértelműen kijelölte számunkra a térségre vonatkozatható vezető turisztikai termékeket, melynek értelmében a vezető turisztikai termék a bor- és gasztroturizmus (69%), amelyet az aktív turizmus (46,5%), illetve holtversenyben a falusi és a kulturális turizmus követett (43-43%).

## **Összefoglalás**

Tanulmányunk fő hozadékát véleményünk szerint az adja, hogy a gyakorlat legfontosabb dél-dunántúli szereplőit primer módszerrel (kérdőívezés) tudtuk felmérni, így viszonylag pontos képet kaphattunk a megkérdezett 200 turizmusban vállalkozó véleményéről attitűdjeiről a jövő turizmusa kapcsán.

Jelen kutatásunkban a megkérdezett dél-dunántúli cégek többsége szállásszolgáltatással, vendéglátással, rendezvényszervezéssel, attrakció fejlesztéssel, üzemeltetéssel foglalkozik. A válaszadók nagy többségben az adott cég vezetői, tulajdonosai vagy vezető pozícióban lévő munkatársai (pl. értékesítési vezető, marketingvezető, szállodaigazgató, üzletvezető, irodavezető) voltak, a felmérésben azonban alkalmazottak (pl. recepció, pincér, marketing asszisztens, irodai alkalmazott) is megkérdezésre kerültek.

Emellett a megkérdezett cégek többsége több éves múltra tekint vissza, stabil piaci szereplőnek tekinthető. A felmért vállalkozások többsége mikro vállalkozás, ahol 10 fő alatt van a foglalkoztatottak száma.

Felmérésünk ugyan nem reprezentatív, azonban a nagymintás mintavétel és megkérdezés jelen tanulmány elemző fejezeteiben bemutatott eredményei alapján úgy érezzük, hogy az itt közölt eredmények fontos információkkal szolgálnak a régiós, megyei és helyi döntéshozók számára is a turizmus további fejlesztése kapcsán a 2020 utáni időszak elkövetkező turizmusfejlesztési kihívásai terén.

A tanulmány a Pécsi Tudományegyetem megbízásából a GINOP-5.3.5-18-2019-00104 azonosító számú, „Kompetencia Központ létrehozása a turizmus-vendéglátás szakmacsoportban, Baranya megyében” című projekt keretében készült.

## Irodalomjegyzék

- CSAPÓ, J. – GONDA, T. (2019): A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(4), pp. 57-70.
- CSAPÓ, J. – LŐRINCZ, K. (2020): A turizmus gazdaságban betöltött szerepének és irányainak bemutatása Magyarországon a COVID-19 előtt és után. *Geometodika*, 4(3).
- CSAPÓ, J. – TÖRŐCSIK, M. (2019): Turizmus és biztonság: a magyar lakosság utazási szokásaihoz köthető, biztonsággal kapcsolatos attitűdök reprezentatív vizsgálata. *Turizmus Bulletin*, 19(3), pp. 13-20.
- CSAPÓ, J. – TÖRŐCSIK, M. (2020): The evaluation of the role and importance of safety and risks in the travel attitudes of the Hungarian tourists. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5(1), pp. 71-81. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.01.06
- GÁSZNÉ BŐSZ, B. (2020): Dél-Dunántúl, a kulturális turisztikai régió? *TURISZTIKAI ÉS VIDÉKFEJLESZTÉSI TANULMÁNYOK* 5 : 3 pp. 74-90. , 17 p. (2020)
- GONDA, T. – KAPOSI, Z. (2019): Pécs turizmusának első aranykora. *TURISZTIKAI ÉS VIDÉKFEJLESZTÉSI TANULMÁNYOK* 4 : 2 pp. 59-81. , 22 p. (2019)
- KSH (2021): *A kereskedelmi szálláshelyek külföldi és belföldi forgalma*. Elérhetőség: [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/tur/hu/tur0017.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0017.html) (2021-06-10)
- LEW, A. A. – HALL, C. M. – TIMOTHY, D. (2008): *World Geography of Travel and Tourism: A Regional Approach*. Elsevier, Oxford, 376 p.
- PÁLFI, A. – AUBERT, A. (2019): Andrea, Pálfi ; Antal, Aubert: Tourism Destination Management Organisations in the South Transdanubia Region. *TURISZTIKAI ÉS VIDÉKFEJLESZTÉSI TANULMÁNYOK* 4 : 1-2. klsz pp. 94-104. , 11 p. (2019)
- TÖRŐCSIK, M. – CSAPÓ, J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó, J. – Gerdesics, V. – Törőcsik, M. (szerk.): *Generációk a turizmusban*. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Tanulmánykötet, Pécs, pp. 8–22.
- TÖRŐCSIK, M. (2016): A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány* 47 (klsz.), pp. 19-25.