

## **Kísérlet egy Turisztikai Üzleti Bizalmi Index létrehozására** **Készítették: Holczerné Szentirmai Ágnes és Dr. Probáld Ákos**

A Turizmus Üzleti Bizalmi Indexe (TÜBIX) kialakítására tett kísérlet a modell felállítását célozza. A kísérlet sikere esetén, ezt követően minden évben kiértékelésre kerül majd a most megalkotott - sőt az itt megszerzett tapasztalatok alapján tovább fejlesztett - módszertan szerint összegyűjtött információ. A kutatók reményei szerint – ha a finanszírozási feltételeket is sikerül megteremteni - az így létrejövő eredmény - a kínálat szereplőinek szubjektív értékítélete alapján - folyamatosan fontos információt ad majd a turizmus szektor önértékeléséről, sikerességéről, kudarcairól, „közérzetéről”, adott esetben függetlenül a hivatalos adatok által közvetített tényektől. Ez a „win-win” szituáció egyaránt szolgálhatja majd a vállalkozói szegmens, az akadémiai és kutatói szféra valamint a turizmus irányításért, a stratégiai célok megvalósításáért is felelős kormányzati tényezők kíváncsiságát és érdekeit.

### **I. A vállalkozások értékítélete**

A TÜBIX kialakításának fontos részét képezi annak felmérése, hogy a turisztikai vállalkozások, a turizmusban érintett szereplők miképp értékelik egy adott év vállalkozás szintű üzleti eredményeit, azzal mennyire elégedettek, valósítottak-e meg kisebb, vagy nagyobb fejlesztéseket és milyen várakozásaik vannak a következő üzleti periódusra vonatkozóan. A kutatás egy *anonim, online* kérdőív segítségével valósult meg, amely a *turizmus.com* és a szakmai szervezetek (MSZÉSZ, MUISZ, VIMOSZ, MVI) révén jutott el a vállalkozásokhoz. A kérdőív kitöltése mindössze néhány percet vett igénybe, az alkalmazott eljárás a közismert SurveyMonkey csak a válaszokat gyűjtötte, a kérdezés teljes mértékben anonim volt.

*A bizalmi indexek számítása közismert a nemzetközi és a hazai közgazdasági szakirodalomban és a gyakorlatban. Idehaza – többek között a K&H Bank 2004. óta számít és publikál a hazai mikro-, kis- és középvállalkozások következő egy évre vonatkozó várakozásait tükröző bizalmi indexet, ám ennek ágazati, szektorális bontása csak a szolgáltatási ágazatok összességére vonatkozik. A GKI jelenleg is rendszeresen jelentet meg üzleti és fogyasztói bizalmi indexekből összeállított konjunktúra indexet, ez azonban az ágazati bontás esetén csak az üzleti szolgáltatások egészét elemzi. A hazai gyakorlatban már volt példa turisztikai bizalmi index számítására is, ezek a kezdeményezések azonban rövid életűek voltak. Az ECOSTAT Gazdaságelemző és Informatikai Intézet 1997 és 2000 között több alkalommal publikált turisztikai bizalmi indexet, a kilencvenes évek elején folytak ilyen kísérletek a GKI Gazdaságkutató Zrt.-ben és a GfK Hungária piackutató intézetben is. A UNWTO szintén ad közre „Tourism Confidence Index”-et, van tehát honnan tapasztalatot gyűjteni.*

#### **A kérdezési program**

A program első 2 kérdése a vállalkozás tevékenységeire – mennyire homogén, vagy összetett a vállalkozás turisztikai tevékenysége - és a vállalkozás méretére (mikro, kkv, nagyvállalat) vonatkozott.

Az első blokkban a vállalkozások a mögöttük hagyott évet (2018) értékelhették, egy következő részben ugyanazoknak a paramétereknek a mentén az aktuális (2019) üzleti év kilátásait ecsetelhették. Egy-egy kérdés tudakolta az elmúlt, illetve az ezt követő periódus beruházásait, fejlesztéseit. Külön kérdés vonatkozott a 2018. gazdasági év egészével való elégedettségre, illetve a 2019. évi várakozásokra.

#### **Az értékelés módszere**

A kérdések a tavalyi évre vonatkozóan a vállalkozás jövedelmezőségével kapcsolatos tényezők előző évhez (2017) viszonyított változásra irányultak. Ezek a tényezők az alábbiak voltak:

1. éves nettó árbevétel,
2. működési költségek,

3. üzemi eredmény,
4. eladási árak,
5. teljes munkaidőben foglalkoztatottak száma,
6. részmunkaidőben foglalkoztatottak száma,
7. piaci részesedés.

A következő blokk ugyanezekre a változókra fókuszált, de az idei várakozásokat tudakolta, vagyis, ezen tényezők figyelemmel kísérése az ágazati befektetések és vállalkozás iránti bizalom szempontjából a leginkább meghatározó.

Természetesen nagyító alá kerültek a teljes mintára vetített átlagértékek a felsorolt hét területen, majd külön a szálláshelykiadással, vendéglátással, utaztatással és rendezvényszervezéssel foglalkozó válaszadók esetében. A vendéglátás esetében csak azok a válaszok vettük figyelembe, ahol csak ezt a tevékenységet folytatják, az utazásszervező és közvetítő tevékenység viszont összevonásra került.

A kutatók a változás érzékeltesére 10-es skálát alkalmaztak, ahol a 10 jelentette a jelentős növekedést, az ötös, hogy nem történt érdemi változás, az 1 pedig a jelentős csökkenést. A komplex TÜBIX szempontjából a működési költségek esetében a 10-es a jelentős csökkenést, az 1 pedig a jelentős növekedést jelentette, hiszen a működési költségek esetében a jelentős növekedés a leghátrányosabb, míg azok jelentős csökkenése a legkedvezőbb történés.

Az átlagérték mind a 7 tényező esetében külön is érdekes, ezen részátlagok átlaga pedig a teljes mintára igaz érték. Ugyanez a számítás érvényes az egyes tevékenységi köröknél, azaz a szálláskiadás, vendéglátás, utaztatás és rendezvényszervezés esetében is.

#### A számítás algoritmus

| értékskála / értékelt 7 db tényező | 10   | 9    | ....  | összérték            | db válasz      | Átlagérték             |
|------------------------------------|------|------|-------|----------------------|----------------|------------------------|
| 1. éves árbevétel                  | A    | B    | ..... | $\Sigma(A*10:G*1)=X$ | $\Sigma A:H=Y$ | $X/Y=\overline{ATL}_1$ |
| 2. ....                            | A    | B    | ..... | $\Sigma(A*10:G*1)=X$ | $\Sigma A:H=Y$ | $X/Y=\overline{ATL}_2$ |
| .....                              | .... | .... | ..... | ....                 | ....           | ....                   |
| 7. piaci részesedés                | A    | B    | ..... | $\Sigma(A*10:G*1)=X$ | $\Sigma A:H=Y$ | $X/Y=\overline{ATL}_7$ |

Változások átlagos megítélése:  $(\overline{ATL}_1+\overline{ATL}_2+....+\overline{ATL}_7)/7$

A, B, ..., H = adott szinten értékelt válaszok száma

X = a válaszok számának és a jelzett érték szorzata az egész minta esetében

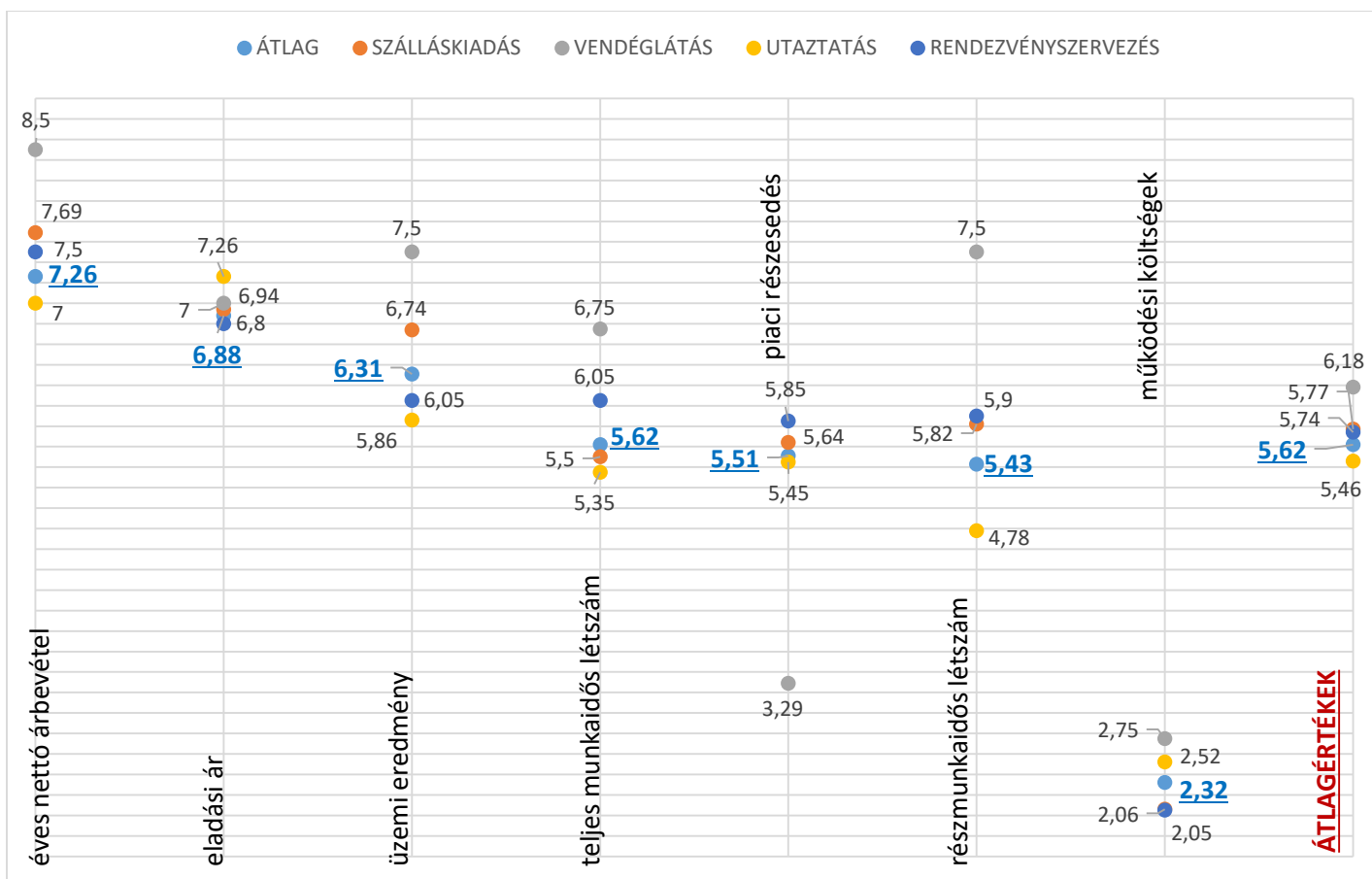
Y = összes válasz darabszáma

A tízes skála 5-ös értéke jelenti tehát azt, hogy a válaszadó szerint nem történt változás 2017-hez viszonyítva a felsorolt 7 tényező esetében. A hipotézis szerint a vizsgált hét tényező közül a működési költségeken kívül annál pozitívabb a változások megítélése és jövedelmezőségre való hatása, minél közelebb esik a skála 10 értékéhez. A működési költségek esetében ez épp fordítva van, vagyis annál jobban erősödik a cég versenyképessége, minél inkább sikerül a működési költségeket egy ésszerű határon belül tartani. Az alkalmazottak létszáma szintén indikátornak tekinthető a cégek növekedése szempontjából, a szakma sajátosságaiból adódóan vizsgálhatóak a teljes és részmunkaidőben foglalkoztatottak körében történt változások.

## A 2018. gazdasági év és a változások értékelése a turizmus egyes szegmenseiben, kiemelt szempontok alapján

| Mutató                                     | Szegmens | SZÁLLÁSHELY SZOLGÁLTATÁS | VENDÉGLÁTÁS | UTAZTATÁS | RENDEZVÉNY-SZERVEZÉS | ÁTLAG |
|--------------------------------------------|----------|--------------------------|-------------|-----------|----------------------|-------|
| éves nettó árbevétel                       |          | 7,69                     | 8,5         | 7         | 7,5                  | 7,26  |
| eladási árak                               |          | 6,94                     | 7           | 7,26      | 6,8                  | 6,88  |
| üzemi eredmény                             |          | 6,74                     | 7,5         | 5,86      | 6,05                 | 6,31  |
| piaci részesedésük                         |          | 5,64                     | 3,29        | 5,45      | 5,85                 | 5,51  |
| teljes munkaidőben foglalkoztatottak száma |          | 5,5                      | 6,75        | 5,35      | 6,05                 | 5,62  |
| részmunkaidőben foglalkoztatottak száma    |          | 5,82                     | 7,5         | 4,78      | 5,9                  | 5,43  |
| működési költségek                         |          | 2,06                     | 2,75        | 2,52      | 2,05                 | 2,32  |
| ÁTLAG:                                     |          | 5,77                     | 6,18        | 5,46      | 5,74                 | 5,62  |

### A 2018. gazdasági év és a változások értékelése



A 2018. évi eredmények alapján a vállalkozások összességére, az jellemző, hogy inkább átlagosnak, vagy annál egy kicsit kedvezőbben ítélik meg 2018-as eredményeiket a korábbiaknál.

A vállalkozások a nettó árbevételüket, az érvényesíthető árait, vagyis a vásárló erőt és az elért üzemi eredményt (jövedelmet), illetve annak pozitív irányú változását érzékelték leginkább. A munkaerő piaci helyzet értékelése némileg eltér attól, mint amit más források láttatnak. A működési költségek változása kapta a legrosszabb minősítést.

### Az éves nettó árbevétel értékelése

A 7,26 pontos átlag érték azt mutatja, hogy ezzel a vállalkozások döntő többsége **elégedett** volt, a másfél pontos, **szegmensek közötti szórás alacsony**, a vendéglátás felfelé kilógó értéke (8,5) talán a lakosság javuló jövedelmi pozíciójának, az általában is növekvő fogyasztásának, az ennek következtében a bővülő lakossági (turisztikai és helyi) keresletnek tulajdonítható, miközben a külföldi érdeklődés is növekedett.

### A működési költségek értékelése

Ez a tényező bizonyult olyannak, amelynek változásával a vállalkozások kifejezetten és egyöntetűen **elégedetlenek** voltak valamennyi szegmensben. Ennek mélyebb elemzésével a jövőben érdemes majd foglalkozni.

### Az üzemi eredmény értékelése

Az üzemi eredmény változásával, a jövedelmezőséggel a vállalkozások csak a közepesnél valamivel jobban voltak elégedettek, a szórás terjedelme itt kisebb és ennél a változónál is a vendéglátásban működők voltak a leginkább megbarátkozva.

### Az eladási árak értékelése

Az érvényesíthető árakkal kapcsolatos pozitív vélemények szűk sávban mozogtak és értékük (6,8) közelítette az értékesítés nettó árbevételét.

### A piaci részesedés értékelése

A vállalkozások úgy érezték, hogy piaci részesedésük lényegében nem változott, a vendéglátásban működők közül a minta részesei enyhén kedvezőtlen változást tapasztaltak.

### A foglalkoztatottság értékelése

Egyéb forrásokból alapján az volt érzékelhető, hogy a turizmusban komoly gondokat okoz a munkaerő hiánya, ám a (hangsúlyozottan nem reprezentatív) mintában némileg meglepő módon változás alig volt tapasztalható, az is inkább pozitív irányban. Az még inkább váratlan, hogy a vendéglátás szegmens produkálta a legmagasabb (jó) értékeket.

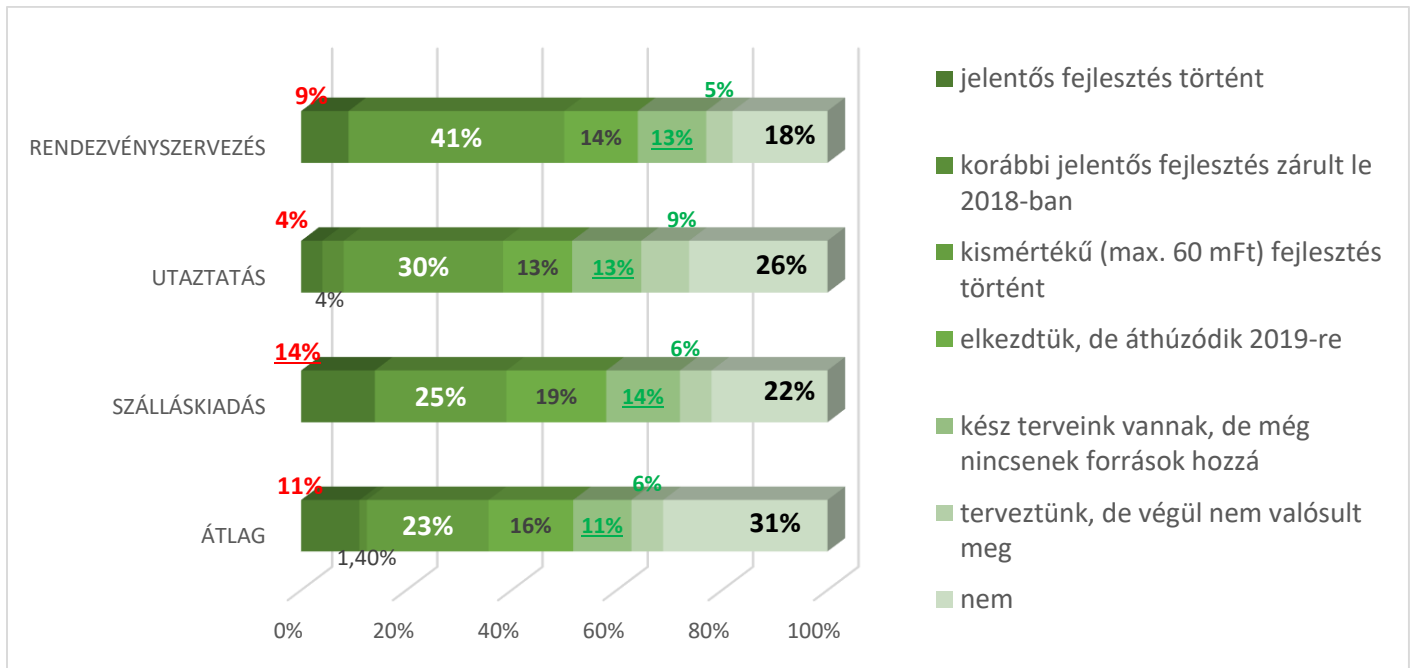
Az egyes szegmensek közül:

- a **szálláshely szolgáltatók** érezték 2018-at a leginkább kedvezőnek, közülük is némileg érthetően a nagyvállalatok.
- A **vendéglátás** területén működők helyzete változott a legjelentősebben. Az Áfa-csökkentésnek köszönhetően persze erre lehetett számítani, hiszen az pozitívan befolyásolta árbevételüket, eredményességüket, árazásukat, miközben a működési költségeik is kevésbé változtak arányaiban feltehetően a megelőző évhez viszonyítva. A piaci részesedését a vendéglátó tevékenységet folytató válaszadók  $\frac{3}{4}$ -ed része nem tudta megítélni.
- Enyhén romló környezetről árulkodik a **tour-operátorok és az utaztatási ügynökségek** átlaga. Az eredmények mutatják a közvetítők jövedelmezőségi gondjait, az utaztatók az árfolyamváltozások miatt is realizáltak némi árbevétel növekedést.

## Fejlesztések, beruházások

A vállalkozások fejlesztési tervei sokat elárulnak az ágazat jövőjébe vetett bizalmukról, ezért szerepeltek a kérdések között 2018-as fejlesztések, a beruházások is. A válaszadók választhattak a jelentős és a kismértékben megvalósított fejlesztések közül, melynek határa - az uniós gyakorlatnak megfelelően - a 200.000 €-nál volt. Természetesen az opciók között szerepeltek az áthúzódó fejlesztések, ahogy az is, ha a tervek már megvannak, de még nem kezdték el forrás hiányában, vagy más okból. Jelentős fejlesztések – nem meglepő módon – a szálláshelyek esetében átlagot meghaladó mértékben jönnek szóba, korábbi évről áthúzódó jelentős fejlesztés csak utazásszervezőnél fordult elő. Folyamatban lévő és várhatóan 2019-ben befejeződő fejlesztés mindegyik csoport 15-20%-át jellemzi.

### A 2018. évi fejlesztések értékelése



**Mindegyik turisztikai szegmensben történtek 2018-ban kismértékű fejlesztések**, az egyes csoportokba tartozó vállalkozások további 18-20%-a rendelkezik fejlesztési tervvel – vagyis fejlesztési szándékuk van - még, ha bizonyos okok miatt, esetleg forrás hiányában nem is valósult meg tavaly.

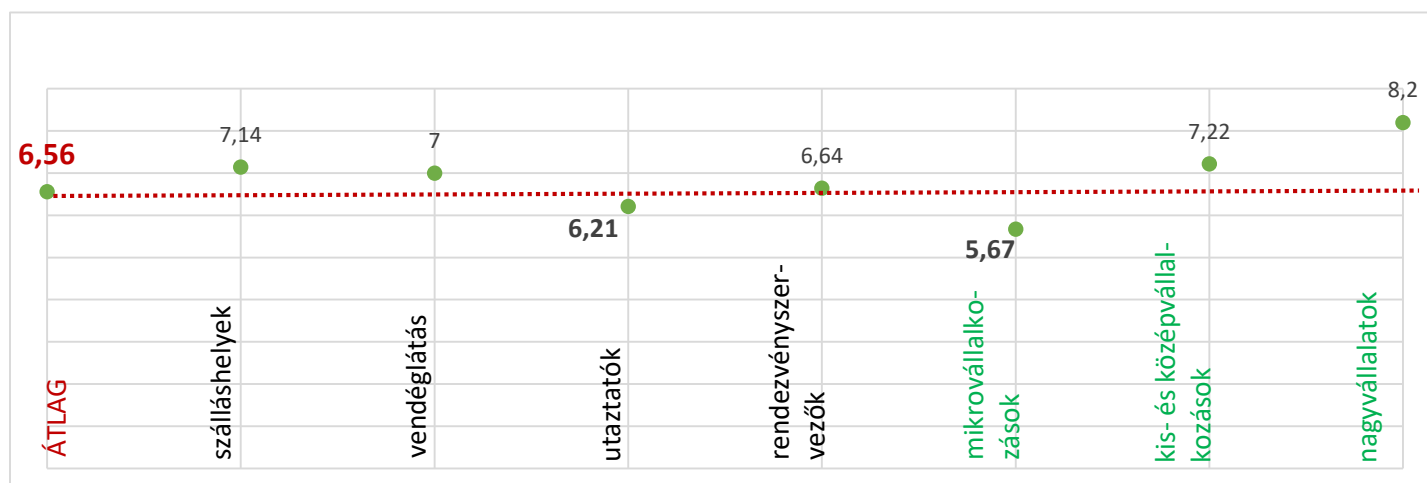
A három területet – szálláskiadás, utaztatás és rendezvényszervezés – összehasonlítás igazolta azt a kívülről is érzékelhető helyzetet, hogy a legerőteljesebb változás a szálláshely szolgáltatóknál volt. A **legkevésbé az utaztatóknál történt bármiféle fejlesztés 2018-ban**, bár ez is alatta marad a teljes minta átlagának.

### Általános elégedettség 2018

Egy kérdés a 2018. évvel való, összességében értelmezett elégedettségre vonatkozott, amely egy tízes skálán a 10 fejezi ki az eddigi legjobb évet, az ötös szám jelzi az átlagos évet és az 1 a teljes elégedetlenséget.

A vállalkozások általánosságban majdnem egy egész ponttal pozitívabban ítélik meg a 2018. évüket, mint közvetlen gazdasági eredményeiket. **Átlag alatti érték** az utaztatók esetében látható, illetve a vállalkozások mérete szerinti vizsgálat esetében **a mikro-vállalkozásoknál**. Erre az ad magyarázatot, hogy az utazásszervező és közvetítő válaszadók 54%-a mikro-vállalkozás kategóriába tartozik.

A 6,56-os átlagérték azt jelenti, hogy a **válaszadók** többsége inkább elégedett a tavalyi évvel, illetve további 21% teljes mértékben elégedett, míg **20%-nak az eddigi legjobb éve volt 2018**. Ez alól a szálláshelyek kivételt képeznek, mivel az ő esetükben a többség (31%) volt teljesen elégedett a tavalyi évvel és 25% nyilatkozott úgy, hogy eddigi legjobb évet zárták tavaly.



Mindezek fényében nem meglepő a turisztikai nagyvállalatok magas elégedettségi indexe, hiszen itt a szálláshelyek aránya 60%.

**Összességében megállapítható, hogy noha a gazdasági eredményeket tekintve a 2018. évet az átlagosnál kis mértékben jobbnak, enyhe növekedést biztosítónak ítélték meg a válaszadók, ez mégis jelentős mértékű fejlesztési kedvvel párosul és összességében határozottan elégedettek az elmúlt évvel.**

### A 2019. évi várakozások

A válaszadók a 2019. évre vonatkozó várakozásaikat - az első négy hónap tapasztalataiból és előfoglalásaikból kiindulva - egy 10-es skálán jelölték. A vizsgált paraméterek nem változtak, vagyis prognózisaikat ugyanazon hét tényező esetében közölhették.

**Feltűnő változás, hogy amíg 2018. év megítélésében a vendéglátások voltak jellemzően a legelégedettebbek, addig az idei évben az ő várakozásaik a leginkább visszafogottabbak a működési költségek növekedési ütemét leszámítva, jellemzően jelentősen elmaradnak az átlagtól.**

Az árbevételek terén határozott emelkedésre számít a szakma, ahogy – a vendéglátások kivételével – az eladási áraik is emelkedni fognak. Ez egyértelműen a kedvező piaci körülményeknek és a növekvő keresletnek köszönhető, hiszen idén még nem érvényesül a szálláshelyek esetében az Áfa-csökkentés árbevételét növelő hatása, mint 2018-ban a vendéglátás esetében. A működési költségek átlagos mértékű emelkedésére számítanak a megkérdezettek – mint már említettük korábban – a vendéglátások kivételével, akik jellemzően csak kismértékű növekedéssel számolnak.

A három kiemelt terület – szálláskiadás, utaztatás és rendezvényszervezés – egyaránt optimistán ítéli meg árbevételeinek alakulását. Ez részben abból adódik, hogy a jelen piaci helyzetben lehetőséget látnak az áremelésre. Arra is egyértelműen számítanak, hogy idén – még ha kismértékben is – javulnak a jövedelmezőségi mutatóik ennek köszönhetően.

Az átlagértékek alapján összességében a turisztikai vállalkozások várakozásai szerint a 2018-ban tapasztalt szintű eredményekre, esetleg enyhe javulásra számítanak 2019-ben.

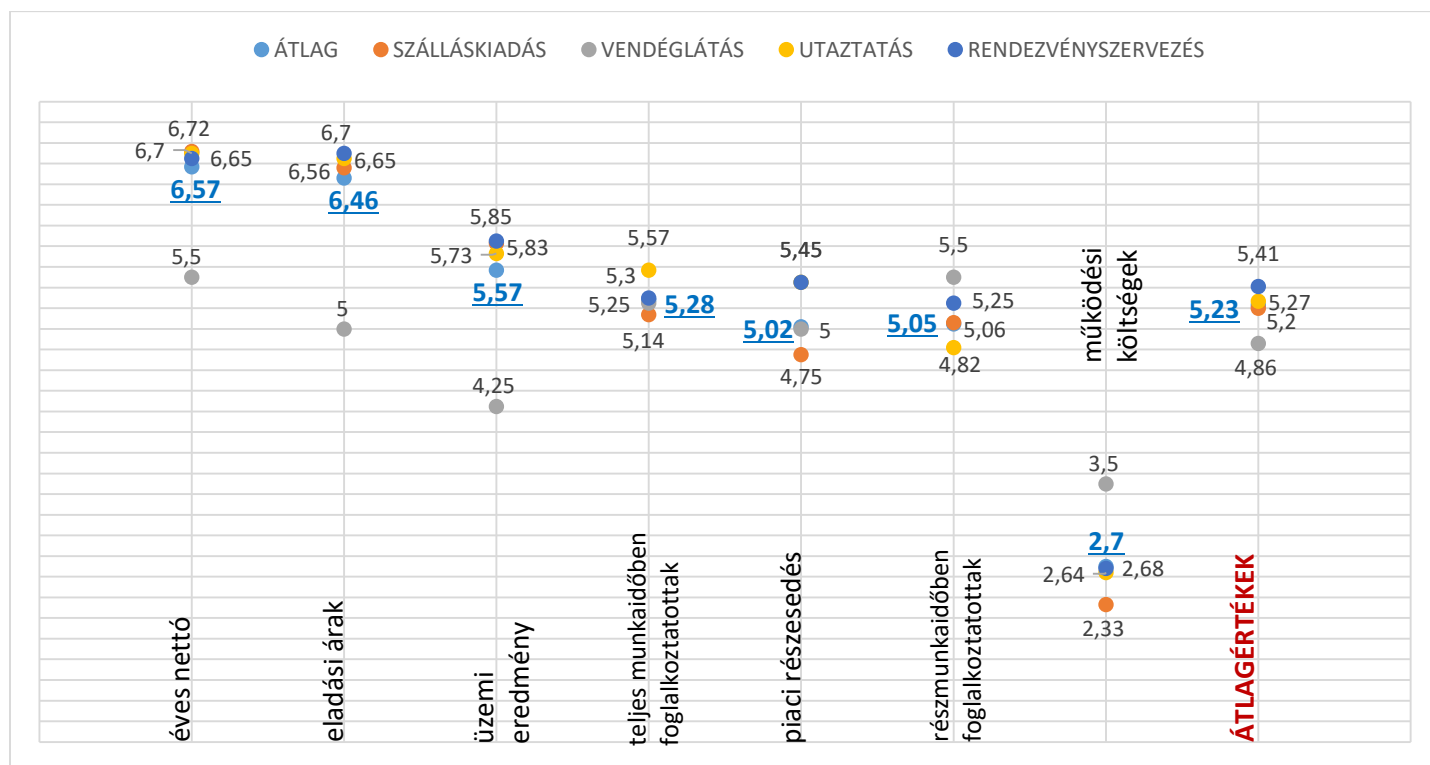
## Turisztikai vállalkozások 2019. évi várakozásai

|                                                                                          | SZÁLLÁS-<br>KIADÁS | VENDÉG-<br>LÁTÁS | UTAZÁS-<br>SZERVEZÉS | RENDEZVÉNY-<br>SZERVEZÉS | ÁTLAG |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------|----------------------|--------------------------|-------|
| éves nettó árbevétel - változás 2018-hoz képest                                          | 6,72               | 5,5              | 6,7                  | 6,65                     | 6,57  |
| eladási árak - változás 2018-hoz képest                                                  | 6,56               | 5                | 6,65                 | 6,7                      | 6,46  |
| üzemi eredmény - változás 2018-hoz képest                                                | 5,83               | 4,25             | 5,73                 | 5,85                     | 5,57  |
| teljes munkaidőben foglalkoztatottak száma - változás 2018-hoz képest                    | 5,14               | 5,25             | 5,57                 | 5,3                      | 5,28  |
| piaci részesedésük (több tevékenység esetén a főtevékenységé) - változás 2018-hoz képest | 4,75               | 5                | 5,45                 | 5,45                     | 5,02  |
| részmunkaidőben foglalkoztatottak száma - változás 2018-hoz képest                       | 5,06               | 5,5              | 4,82                 | 5,25                     | 5,05  |
| működési költségek - változás 2018-hoz képest                                            | 2,33               | 3,5              | 2,64                 | 2,68                     | 2,7   |
| ÁTLAG:                                                                                   | 5,2                | 4,86             | 5,27                 | 5,41                     | 5,23  |

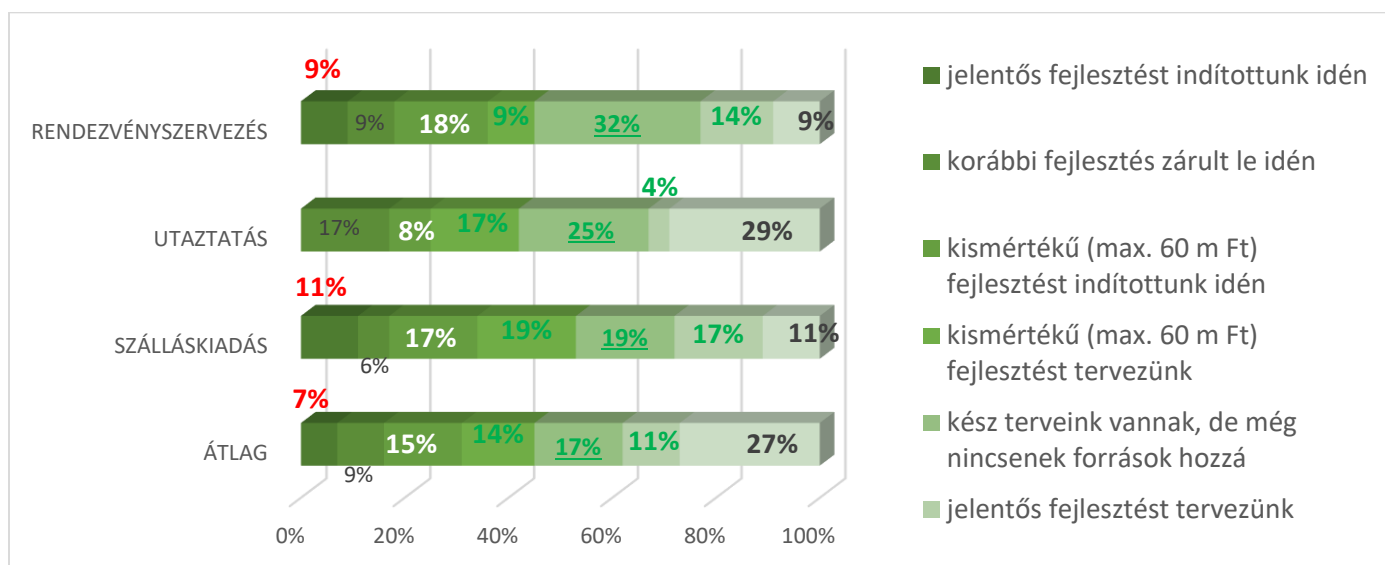
A táblázatban - a könnyebb áttekinthetőség érdekében - pirossal szerepelnek az átlagérték feletti eredmények. A működési költségek ellenkező előjellel kerülnek beszámításra, mivel ott a jelentős növekedés a kevésbé öröndetes jelenség.

Idén is a szálláshelyek számítanak jelentős növekedésre ezen a téren – ami a tevékenység jellegéből adódóan érthető is - a többiek átlagos emelkedést várnak.

## A 2019. évi várakozások



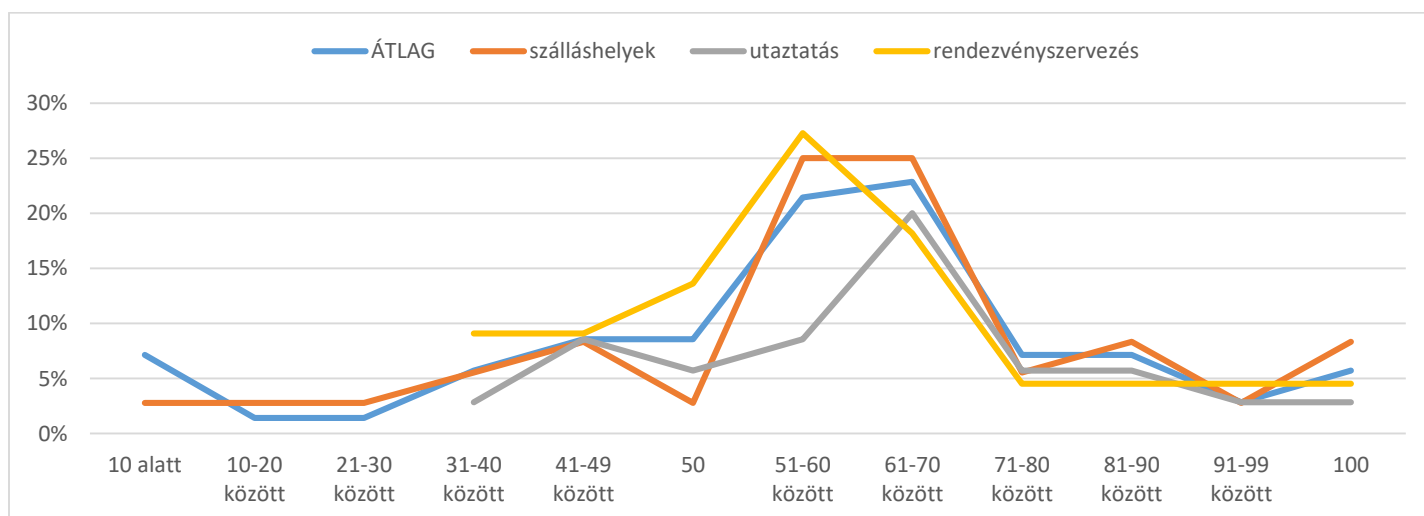
## A 2019. évre tervezett fejlesztések



A tavalyihoz hasonlóan, idén is a szálláskiadás esetében láthatóak az átlagot jelentősen meghaladó folyamatban lévő jelentős fejlesztések. Azok aránya, akik egyáltalán nem gondolkodnak fejlesztésben, jelentősen csökkent, ez alól csak az utaztatók képeznek kivételt. Egyben meg kell jegyezni, hogy ebben a csoportban 2018 folyamán történtek jelentős fejlesztések, feltehetően ők azok, akik nem terveznek újabbakat.

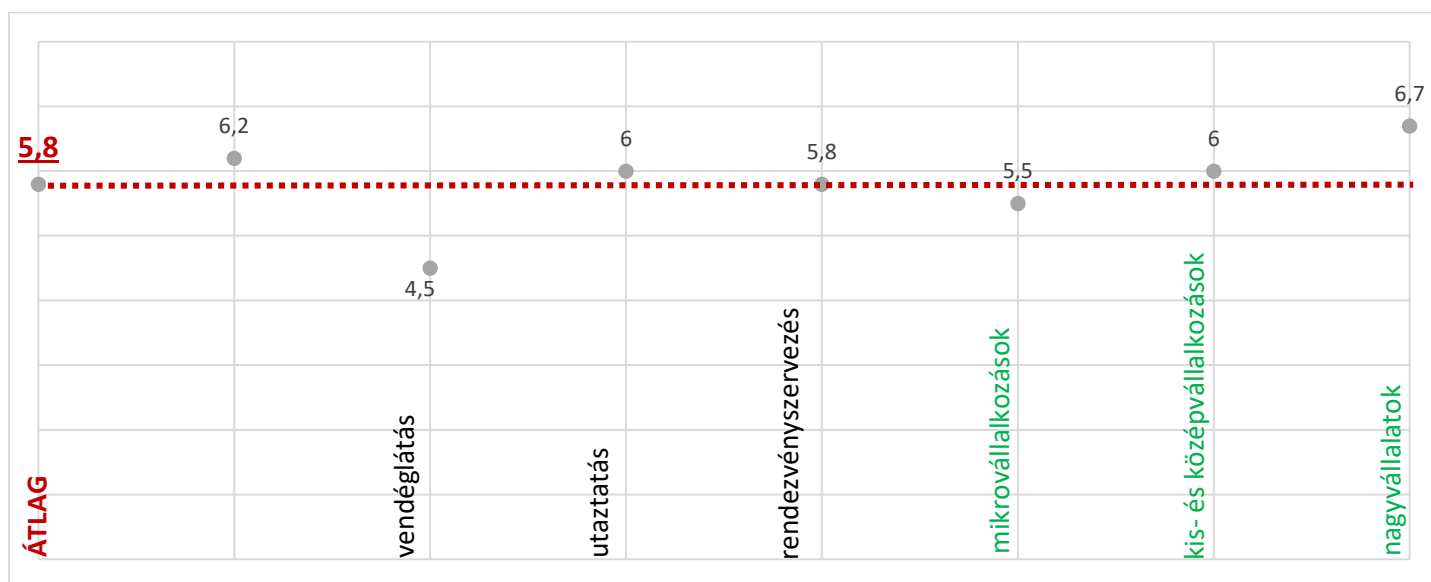
Végül érdemes áttekinteni, hogy összességében milyenek a vállalkozásvezetők várakozásai erre az évre egy 100-as skálán, melyre a kapott átlagérték 58 volt. Természetesen - tevékenységi körönként - itt is találhatók jelentős eltérések. A legtöbb válaszadó 51 és 70 közötti értéket jelölt meg.

## A 2019. évi várakozások értékének megoszlása



A vendéglátás - mivel kis létszámuk miatt olyan mértékű szóródás volt a válaszaikban, ami bizonytalanná tette az eredményük csoportjellemzőként történő kezelését - itt nem szerepel. A teljes minta átlagában természetesen az ő válaszaik is szerepelnek.

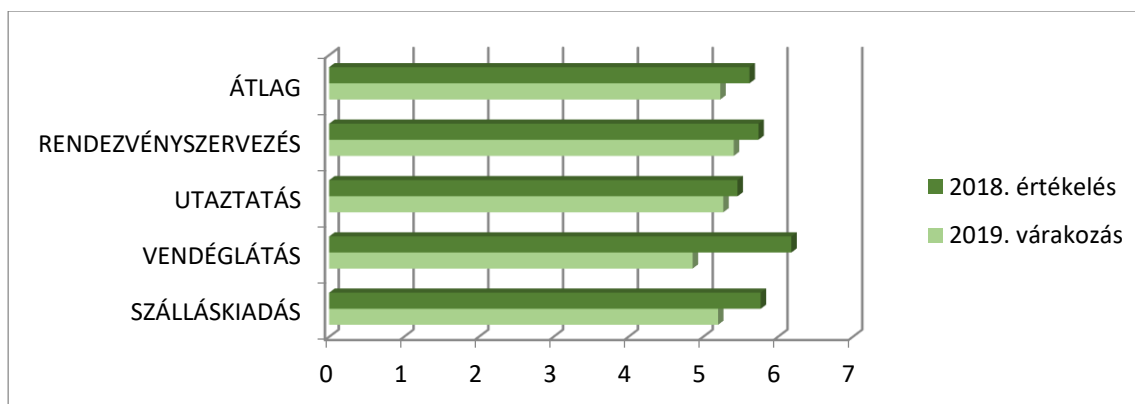
### A 2019. évi várakozások szegmensenként



Az összehasonlíthatóság érdekében az idei évi várakozások 10-es skálára konvertálása is megtörtént, ez látható a fenti ábrán.

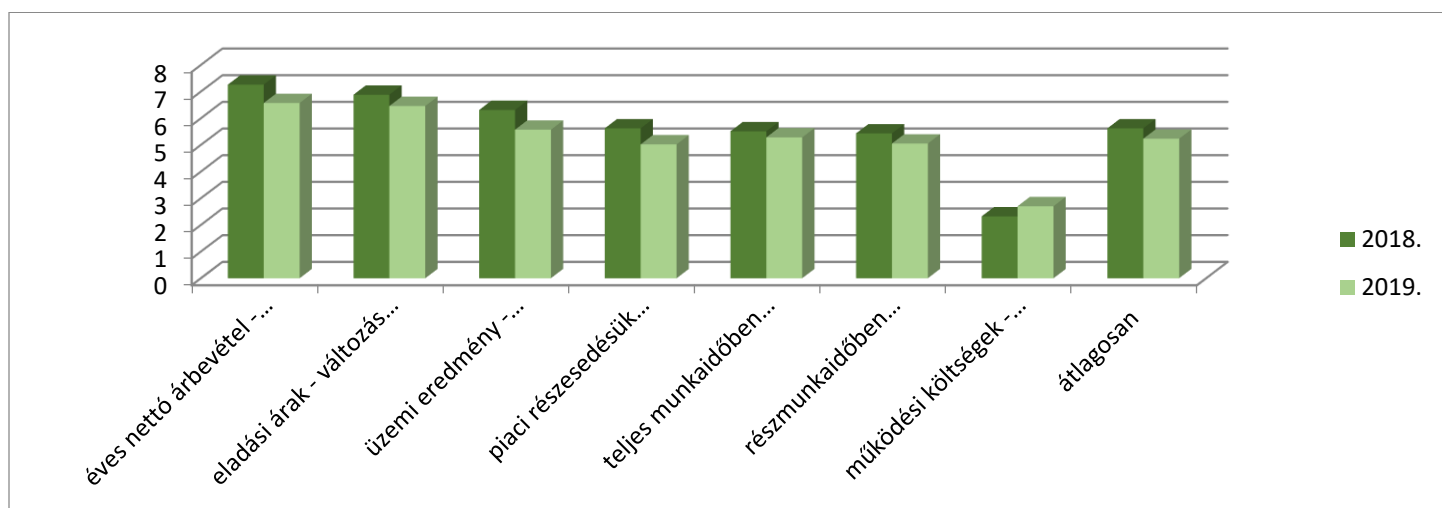
Valamennyi turisztikai szegmensre az jellemző, hogy 2019. évi várakozások valamennyire alatta maradnak a 2018. évben tapasztaltaknak. A legfeltűnőbb az eltérés a vendéglátás területén működőknél, akik 2018. évet az ágazatok között a legpozitívabban (6,18), 2019.-et pedig a legkevésbé (4,86) optimistán látják

### A 2018. évi értékelések és a 2019. évi várakozások összehasonlítása



Ugyanez mondható el a turisztikai vállalkozásoknak az egyes kiemelt mutatók tekintetében történt összehasonlításra. Egyedüli kivételt a működési költségek képeznek, melyeket ugyan 2019.-re valamennyire kedvezőbben tételeznek fel, mint amit 2018.-ban tapasztaltak, ám ez az a tényező, amely mindkét évben a sor végén áll és csak minimális javulást mutatottak illetve most is csak ezt várják a vállalkozások.

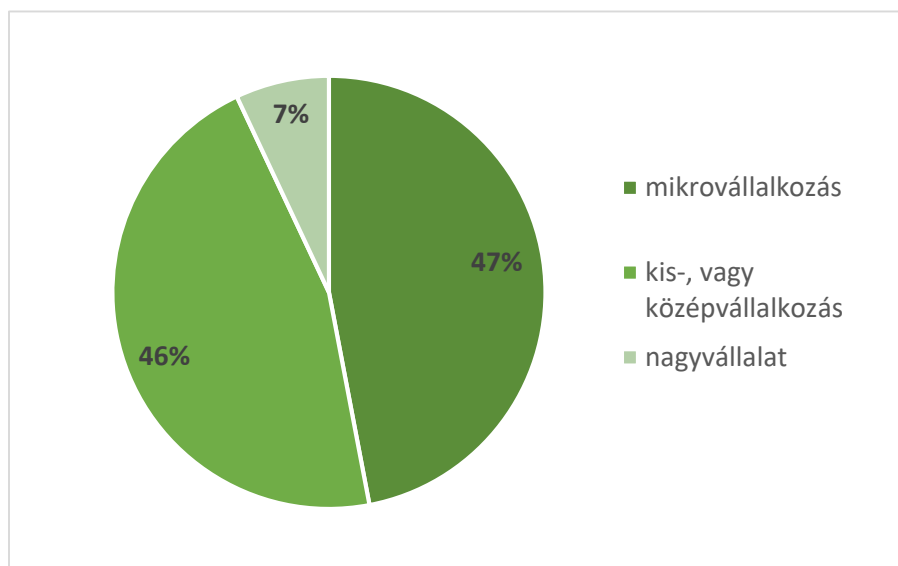
## 2018. és 2019. megítélése a kiemelt változók esetében



## A minta jellemzői

A 8 kérdésből álló online kérdőívet összesen 140 vállalkozásvezető töltötte ki június hónapban. A kérdéssor kialakításánál fokozott figyelem került arra, hogy bár nagy volt a kísértés, hogy sokféle további érdekes információ is összegyűjtésre kerüljön egy későbbi vizsgálat számára, csak a turizmus ágazat jövőjébe vetett bizalom megnyilvánulási területeire kerüljön a fókusz. Így például, a kísérlet során nem derült ki, hogy a válaszadók az ország mely pontján működnek, ami a regionális fejlesztés szempontjából mindenképp fontos információ lenne, vagy pl. az, hogy a vállalkozás főtevékenysége szerint a gazdaság mely ágazatában tevékenykedik.

## A minta méret szerinti megoszlása

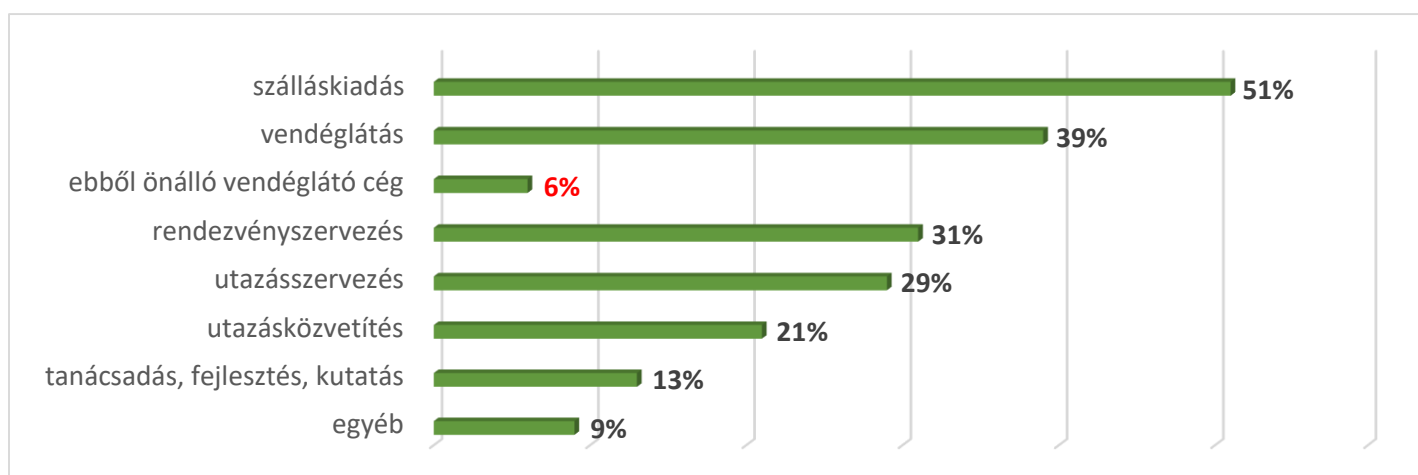


A válaszolás önkéntes jellege - és az online technika - a kísérlet során nem biztosíthatta a klasszikus minta reprezentatív jellegét, amit persze az értékelés során figyelembe kell venni. Fontos a vállalkozások méret szerinti és tevékenységi kör szerinti megoszlása.

A mikrovállalkozások közel 40%-a – a válaszadó szálláshelyek több mint egyharmada (36%) - szálláshelykiadással foglalkozik és ugyanekkor közöttük az utazásszervezők és közvetítők aránya, ami viszont a válaszadó utaztatók 54%-a. A kis- és középvállalkozások között a

szálláshelyek már több mint 62%-kal, az utaztatók 31%-kal képviseltetik magukat, ami az azonos tevékenységet folytatók 56, ill. 42%-a. A nagyvállalatok között is kétszerannyi hotel, mint utaztató céget találunk, ami szintén a várakozásainknak megfelelő arány.

## A minta tevékenységi körök szerinti megoszlása



Természetesen a válaszadók több tevékenységi kört is megjelölhettek, mert ez sokkal inkább jellemi a turizmusban működő vállalkozásokat. A szálláshelyek majd kétharmada (64%) a vendéglátást is megjelölte, mint a cég tevékenységi körét. Az utazásszervezést megjelölő válaszadók 46%-a közvetít is, ami ismert jelenség. A turisztikai vállalkozásokra a heterogenitás jellemző, vagyis többségük több tevékenységet is végez, a szállásadók jellemzően vendéglátó tevékenységet, az utazásszervezők ügynökként is működnek, a vendéglátók egyben rendezvényszervezők is, stb.

## II. Egy kvalitatív vizsgálat eredményei

A 140 turisztikai vállalkozás online kikérdezése kiegészítéseként a kutatók egy kvalitatív vizsgálatot végeztek annak érdekében, hogy pontosabban be lehessen azonosítani az ágazat működését befolyásoló legfontosabb tényezőket és kiderüljenek azok a problémák, melyek megoldása még hatékonyabban tudná növelni Magyarország turizmusának teljesítményét. A kutatásnak ez a része valamelyest túlmutat a hagyományosnak mondható bizalmi indexek keretein, bár egy része azért számszerűsíthető is. Ennek keretében a turizmus szektor 18 kiválasztott véleményformáló vezető szakemberével mélyinterjúk készültek, ez a fejezet az interjúk legfontosabb tanulságainak összegzése. 10 szakmai szervezet elnöke, 4 állami, vagy önkormányzati vezető és 8 szaktekintély adott interjút.

*A kutatók ezúton is köszönik Aranyossy Mihálynak, Csapody Balázsnak, Czeglédi Gyulának, Flesch Tamásnak, Ganczer Gábornak, Gál Pál Zoltánnak, Glázer Tamásnak, Hülvely Istvánnak, Kálmán Istvánnak, Kárpáti Zsuzsának, Kovács Balázsnak (Ausztria), Kovács Lászlónak, Molnár Juditnak, Niklai Ákosnak, Papp Gábornak, Semsei Sándornak, Szalay Bobrovniczky Alexandrának és Tolnai Juditnak, hogy rendelkezésünkre álltak.*

## Az alkalmazott módszertan

A kvalitatív vizsgálat elindítása előtt összeállításra került egy 9 nyitott kérdésből álló kérdéssor, melyeket a Szövetség öt tagja tett fel a felsorolt turisztikai szakembereknek. Ezek képezték a személyes interjúk vázát. Erre azért volt szükség, hogy a beszélgetéseket - jó értelemben véve – valamennyire orientálni lehessen annak érdekében, hogy az eredmények összevonhatók, egymással összevethetők legyenek, illetve a vállalkozói online lekérdezés eredményeivel összehasonlíthatók, az eltérések rögzíthetők legyenek. Természetesen az interjú alanyoknak lehetőségük volt a szabad asszociációkra is

Az alábbi kérdések szerepeltek a személyes megkérdezésben:

- a) Melyek a magyar turizmus legnagyobb erősségei a belföldi és a nemzetközi kereslet tekintetében?
- b) Melyek a magyar turizmus legnagyobb gyengeségei a belföldi és a nemzetközi kereslet tekintetében?
- c) Melyek azok a fontos információk, amelyek a központi adminisztratív és statisztikai rendszerekből hiányoznak saját területén a jó döntéshozatalhoz?
- d) Ha kormányzati döntési pozícióban lenne, mi lenne az a három-négy legfontosabb intézkedés, amit megtenne?
- e) Milyen szempontokat érvényesítene az NTS 2030 legközelebbi frissítésében?
- f) Hogyan értékeli a párbeszéd hatékonyságát a kormányzati döntéshozók és a szakmai szervezetek között?
- g) Hogyan ítéli meg Magyarország turizmusának kilátásait 2019-re?
- h) Hogyan ítéli meg saját működési területének üzleti kilátásait 2019-re?
- i) Hogyan ítéli meg összességében, mennyire mennek jó irányba a dolgok a turizmus területén?

Az utolsó négy kérdés esetében a válaszok egy 10 fokozatú skálán voltak elhelyezhetőek, ahol a növekvő szám mutatta az egyre pozitívabb megítélést, majd ez alapján súlyozott számtani átlag volt számolható. Így összevethetők az itt kapott adatok a vállalkozói online megkérdezés értékeivel.

A többi 5 kérdésben ez a módszer nem volt alkalmazható, a válaszadók rögtön az első két pontnál eltérően értelmeztek bizonyos fogalmakat, vagy egyszerűen a kérdésről más, egyébként fontos témakörre asszociáltak. Így történhetett, hogy a keresleti oldal értékelése helyett a hazai kínálatról kétszer annyian szóltak, mint az eredeti kérdésről. Ezek az értékes gondolatok természetesen mind bemutatásra kerülnek jelen dokumentumban, mivel sok tanulságot hordoznak.

## Az eredmények

### 1. Melyek a magyar turizmus legnagyobb erősségei a belföldi és a nemzetközi kereslet tekintetében?

A válaszadók egybehangzóan pozitívan ítélik meg a keresleti oldal tendenciáit, vagyis folyamatos növekedést jósolnak az elkövetkező időszakra. Budapest kiemelt helyét is többen konkrétan említették. A belföldi kereslet motorját illetve szerepét a tartós gazdasági fellendülésben és a SZÉP kártyában vélik felfedezni. A külföldi látogató forgalom az utóbbi 10-15 évben átstrukturálódott, ami Ázsia jelentőségének megnövekedését jelenti.

A kínálati oldal megítélésében egyetértés van Budapest központi szerepében, a kulturális turizmus elemeinek dominanciájában, a bor és gasztronómia témakörébe tartozó elemek előretörésében. Szintén magas arányban említették a gyógyturizmust és az azt megalapozó vonzerőgazdagságunkat, valamint a szép természeti környezetet. Ezzel megegyező szinten került a kedvező ár-érték arány és a biztonság is előtérbe.

Jellemző, hogy a válaszadók elismerik és pozitívan értékelik az elmúlt 10-15 év turisztikai fejlesztéseit és a közlekedési infrastruktúrában bekövetkezett változásokat, ugyanakkor ezen a téren gyorsabb ütemet szeretnének látni a versenyképesség javítása miatt. Kedvező földrajzi elhelyezkedésünk miatt számolni lehet a repülőtéri forgalom folyamatos növekedésével, de erre fel is kell készülni.

### 2. Melyek a magyar turizmus legnagyobb gyengeségei a belföldi és a nemzetközi kereslet tekintetében?

A keresleti oldal gyengeségeire irányuló kérdésre adott válaszokból az alábbi problémák jelentek meg hangsúlyosan:

- a belföldi kereslet esetében a költési hajlandóság nem növekszik megfelelő mértékben,
- a Budapesten megjelenő külföldi vendégkör jellemzően ritkán látogat más desztinációkba, ezért azokban a belföldi vendégforgalom dominál,
- a konferencia központ hiánya is szerepet játszik abban, hogy a nagyobb vásárlóerőt jelentő vendégkör nehezen gyarapodik;
- a Nyugat-Európa után már Budapesten is megjelenő *overtourism* („túlturistasodás”) jelenséget, vizsgálni kellene, hogy kétségtelen káros hatásai nem nagyobbak-e, mint hasznuk;
- kulturális motivációval utazókat kellene hatékonyabb kommunikációval még inkább elérni, mivel Magyarország ebben erős,

- az egészség- és gyógyturizmus promóciójának gyengesége miatt az orosz piacon fizetőképes orosz turisták tartózkodási ideje a felére csökkent.

Kedvezőtlen jelenségeként említették a megkérdezettek a hagyományos piacok – német, osztrák, svájci, skandináv piacok – háttérbe szorulását, ugyanakkor a sok szegmensből összeálló kereslet pozitívként került inkább megemlítésre.

A kínálati oldal gyengeségei is felszínre kerültek, melyek között az alábbiak jelentek meg jellemzően:

- túl erős budapesti koncentráció, vagyis a Budapest – vidék szakadék továbbra is létezik, sőt az ország jelentős területein növekszik,
- Budapestnek nem a valódi értékei állnak a középpontban,
- továbbra is megoldatlan a kongresszusi központ problémája, melyre égető szükség lenne a megfelelő vendégkör megszerzése érdekében,
- bár ez nem szoros értelemben vett kínálati elem, de hangsúlyosan jelentek meg a külpiazi marketingkommunikációs hiányosságok,
- a belföldi turizmus élénkítése érdekében szükség lenne további – közlekedési és turisztikai - infrastrukturális fejlesztésre is.

### 3. Melyek azok a fontos információk, amelyek a központi adminisztratív és statisztikai rendszerekből hiányoznak saját területén a jó döntéshozatalhoz?

Mivel a 18 válaszadó a turizmusban eltérő tevékenységi körben érintett, a döntések megalapozásához az egyes szegmensekben eltérő adatokra van szükségük. A legtöbben a kereslet oldali adatokat hiányolják úgy általánosságban, mint a saját üzleti területükre vonatkoztatva. Motivációkutatás, életstílusra vonatkozó jellemzők, a vendég itt szerzett benyomásai és elégedettsége, mind fontos a vállalkozások számára.

A tevékenységi körökhöz köthető adathiányt az alábbi területeken jelezték:

- fürdők adatai,
- egyéb szálláshelyek adatai,
- a párhuzamos adatszolgáltatás kiszűrése
- konferenciák adatai,
- célirányos adatgyűjtés a MICE területen

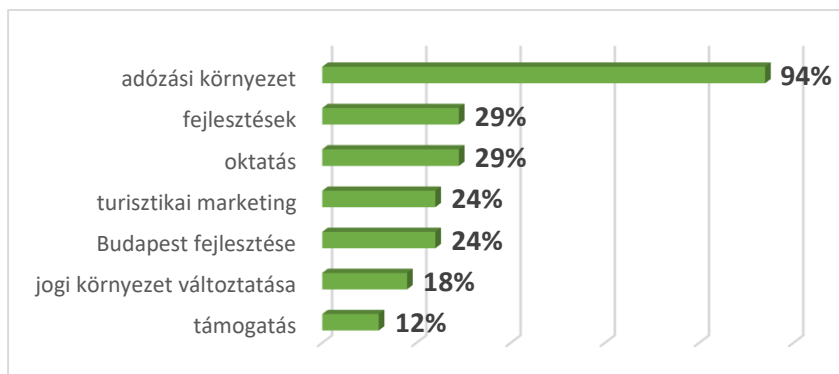
A Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) megjelenését az érintettek a fentiekkel összefüggésben *pozitív változásnak tekintik*, hiszen mindenképp benne van a lehetőség, hogy a korábbinál pontosabb adatok álljanak rendelkezésre. Ugyanakkor *fenntartásokkal kezelik* a rendszer gyors megvalósíthatóságát, a szereplők egy részének digitális műveltségét, jogkövető magatartását, annak hiánya esetén annak hatékony szankcionálását, így *a rendszer rövid időn belüli használhatóságát*.

Nagyon hangsúlyos az a vélemény, hogy sok adatgyűjtés (adatszolgáltatási kötelezettség) eredménye, az ezekből keletkező értékes adatvagyon - a tájékoztatás fogyatékosai miatt - nem hozzáférhető a piaci szereplők számára.

### 4. Ha kormányzati döntési pozícióban lenne, mi lenne az a három-négy legfontosabb intézkedés, amit megtenne?

A legtöbben az adózási környezetbe avatkoznának be, amennyiben döntéshozói helyzetbe kerülnének. Ez döntő többségében az általános forgalmi adót, illetve a munkabérek terhelő járulékokat érinti, igaz, hogy a mintavétel időpontjában még nem voltak ismertek a 2020. évi költségvetési változások. Megjelentek ugyanakkor szakma-specifikus teendők is, mint például a repülőjegy eladásokat terhelő iparűzési adó problémája. A fejlesztések körében az infrastruktúrára és a kongresszusi központra vonatkozók szerepelnek a válaszadó érintettségétől függően.

Konkrét intézkedési javaslatok szerepelnek az oktatással kapcsolatban is, melyek között szinte azonos arányban szerepelnek az oktatás tartalmával és a finanszírozásával kapcsolatos teendők.



A jogszabályi változások között megjelenik a turizmus törvény és más jogszabályok felülvizsgálata, illetve bizonyos szakmai standardoknak a változó környezethez történő igazítása is a további dereguláció irányába.

A válaszadók 59%-a a konkrétumokon kívül általános területeket és fogalmakat is megjelölt, mint például a kiszámíthatóság, bizalomépítés, munkaerőhiány kezelése.

##### 5. Milyen szempontokat érvényesítene az NTFS legközelebbi frissítésében?

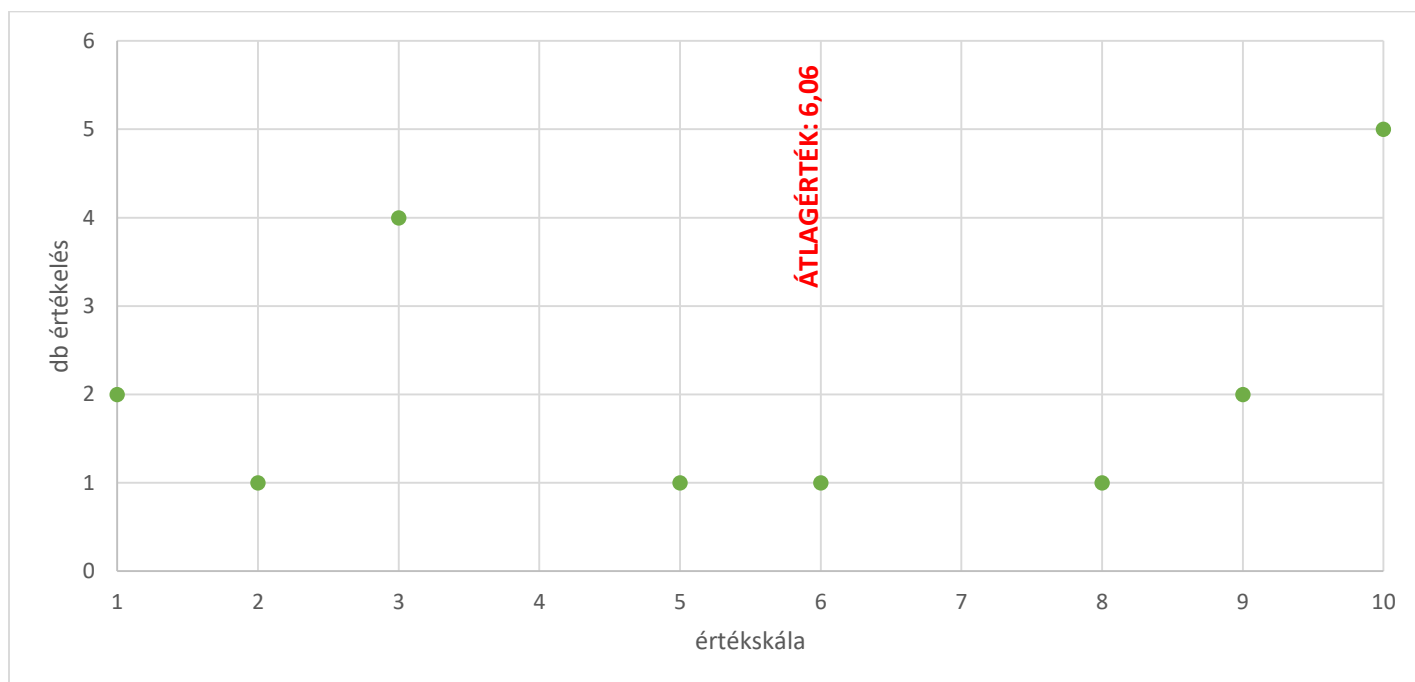
Minden stratégia esetében szükség van annak érvényességi ideje alatti felülvizsgálatra. Általában jellemző volt, hogy nem szempontokat, hanem konkrét elemeket, magának a stratégiának a bővítésére tett javaslatokat említettek.

A leginkább érintett terület a *fejlesztések iránya*, a környezetvédelmi megfontolások, a turisztikai termékfejlesztés és a marketing volt. Többen *megfontolásra javasolják* a NTS 2030 néhány számszerűsített célkitűzését – pl. a GDP adott százalékának konkrét meghatározását -, illetve a stratégia kiegészítését a leírtakból következő, konkrét, operatív lépésekkel.

##### 6. Hogyan értékeli a párbeszéd hatékonyságát a kormányzati döntéshozók és a szakmai civil szervezetek között?

Egyértelműen látszik a polarizáció, hiszen csak 47 százalék kifejezetten elégedett, 41 százalék nagyon is elégedetlen, vagyis vannak a rendszernek nyertesei és vesztesei, ami mindenképpen elgondolkodtató annak fényében, hogy a megkérdezettek mindannyian a turizmus olyan stratégiai területein működnek, melyek közvetlenül érintettek a turizmus fejlődésében és a komplex turisztikai termékek létrehozásában. Ez utóbbi pedig feltételezi az együttműködést, a valódi párbeszédet, ami nélkül a versenyképesség kerül veszélybe.

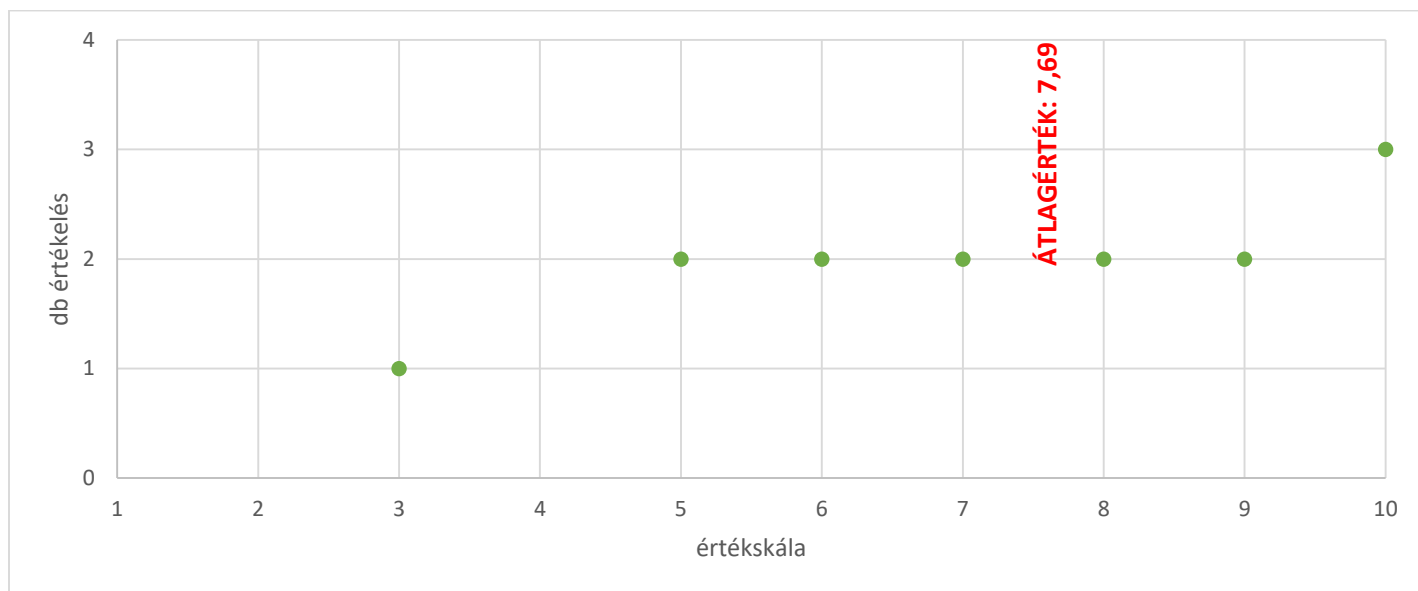
#### A szakmai párbeszéd értékelése



**7. Hogyan ítéli meg Magyarország turizmusának kilátásait 2019-re?**

Az idei évre vonatkozó általános várakozások nagyon optimisták, a válaszadók közel kétharmada derülátó, alig akad olyan aki úgy véli, hogy a tavalyi eredményeket nem biztos, hogy tudja tartani az ágazat, az egyharmad inkább óvatosan mond véleményt.

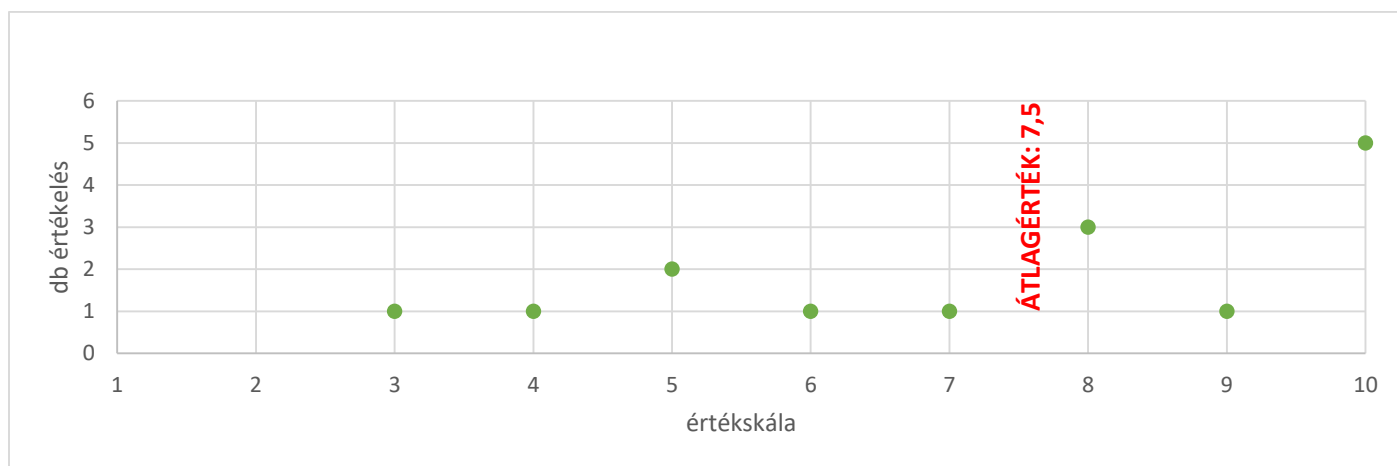
**2019. évi kilátások értékelése**



**8. Hogyan ítéli meg saját működési területének üzleti kilátásait 2019-re?**

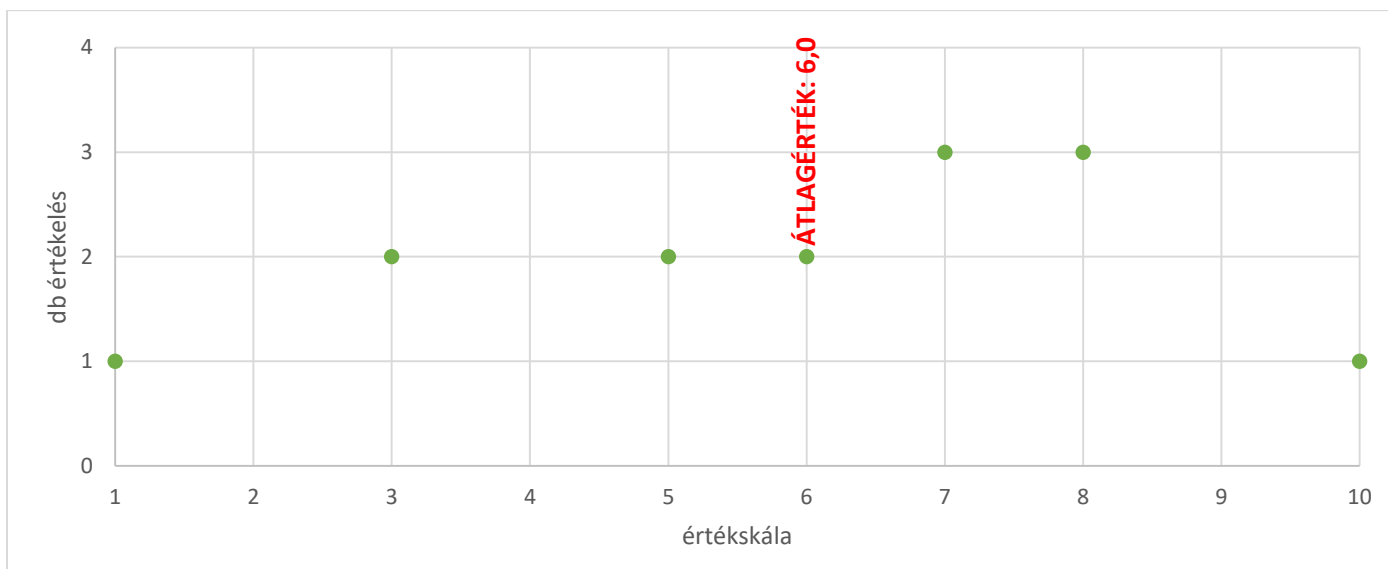
A saját piaci helyzetet illető várakozások terén is az optimizmus jellemezte a szereplőket, még ha egy kicsit alacsonyabb is az átlagérték.

**2019. évi üzleti kilátások értékelése a saját működési területen**



9. Hogyan ítéli meg összességében, mennyire mennek jó irányba a dolgok a turizmus területén?

Elégedettség a hazai turizmus fejlődésének irányával



Ennél a kérdésnél nagyon meghatározó volt, hogy a turizmus melyik területén, milyen tevékenységi körben voltak érintettek a válaszadók. Az átlagérték azt mutatja, hogy összességében elégedett és egyetért az iránnyal a szakma, de szinte minden terület talál olyan kritikus pontot, melyre több figyelmet kéne a döntéshozóknak fordítania.

\* \* \*

**Összegzésként** annyi megállapítható, hogy érdemes volt a kísérletet újtára bocsátani, hiszen értékes tapasztalatokhoz vezetett és **jó esély látszik arra, hogy ezen túl** – most már lényegesen nagyobb és célzott mintán – legalább éves rendszerességgel elkészüljön a TÜBIX. A kutatás résztvevői levonták a tanulságokat és vannak elképzelések **a módszer és az eljárás tartalmi és módszertani továbbfejlesztésére**; egy párhuzamos **Lakossági Turizmus Bizalmi Index**, majd a kettő ötvözeteként a **Turizmus Konjunktúra Index** kidolgozására is. Ha reménybeli finanszírozók is úgy akarják, minden bizonnyal mindez meg is valósul 2020-tól.