

GAZDASÁG & TÁRSADALOM

Journal of Economy & Society

TARTALOM

Obádovics Csilla

Vándorló magyarok, avagy mit mutatnak az adatok?

Seidler, Gerald

Industrie 4.0 in Transport und Logistik

Nyikos, Bendegúz Richárd

Do Ambassadors Need a Relationship with the Brand or Product?

Hoschek Mónika – Németh Nikolett – Mészáros Katalin

A magyar lakosság utazási szokásai a COVID-19 első hulláma előtt és után

Paár Dávid – Pirger Tamás

Civil szervezetek leadership központú megközelítése

Lakatos Péter Levente

A szervezeti minőség javítása a hatékony működés szolgálatában

Pankotay, Fruzsina Magda

Diversity of SME Sizing Policies and Delimitations in the World

2020/3-4

Gazdaság & Társadalom

13. ÉVFOLYAM

2020.

3-4. SZÁM

TARTALOM

TANULMÁNYOK/STUDIES.....	3
Vándorló magyarok, avagy mit mutatnak az adatok?	
<i>Obádovics Csilla</i>	<i>5</i>
Industrie 4.0 in Transport und Logistik – Enabler, Hürden und Auswirkungen	
<i>Seidler, Gerald</i>	<i>23</i>
Do Ambassadors Need a Relationship with the Brand or Product?	
The Study based on the Opinion of a Focus Group	
<i>Nyikos, Bendegúz Richárd</i>	<i>38</i>
A magyar lakosság utazási szokásai a COVID-19 első hulláma előtt és után	
<i>Hoschek Mónika – Németh Nikoletta – Mészáros Katalin.....</i>	<i>59</i>
Civil szervezetek leadership központú megközelítése – a Rotary példája	
<i>Paár Dávid – Pirger Tamás</i>	<i>75</i>
A szervezeti minőség javítása a hatékony működés szolgálatában – különös tekintettel a felsőoktatásra	
<i>Lakatos Péter Levente</i>	<i>86</i>
Diversity of SME Sizing Policies and Delimitations in the World	
<i>Pankotay, Fruzsina Magda.....</i>	<i>102</i>
KÖNYVISMERTETÉS/ BOOK REVIEW	127
Digital Marketing: A Practical Approach	
<i>Nyikos Bendegúz Richárd.....</i>	<i>129</i>
ABSTRACTS IN ENGLISH	139

A magyar lakosság utazási szokásai a COVID-19 első hulláma előtt és után¹

Hoschek Mónika² – Németh Nikoletta³ – Mészáros Katalin⁴

ABSZTRAKT: A turizmus Magyarországon 2019-ben csúcseredményeket ért el. A KSH adatbázisa alapján a kereskedelmi szálláshelyeken a vendégek száma 12,8 millió, a vendégéjszakák száma 31,3 millió volt. A belföldi turisták 15,6 millió, a külföldi turisták 15,7 millió vendégéjszakát töltöttek el Magyarországon. A COVID-19 világjárvány gyors terjedésének következtében 2020 márciusában Magyarország lezárta a határait, mely a külföldi és belföldi turizmust egyaránt jelentősen érintette. Az utazási korlátozások feloldásával 2020 nyarán robbanásszerűen megnövekedett elsősorban a belföldi utazások száma.

Kutatásunkban a magyar fogyasztók üdülési, nyaralási preferenciáit hasonlítjuk össze 2019-ben és 2020-ban, mely lehetőséget nyújt arra, hogy összevegyük a COVID-19 előtti és az első hullám utáni utazási szokásokat.

KULCSSZAVAK: turizmus, utazási szokások, COVID-19 első hullám

JEL-kódok: L83, Z30, Z32

Bevezetés

2019-ben a magyar turizmus legfontosabb mutatószámai jelentősen meghaladták a korábbi éveket. 2019-ben 12,8 millió volt a vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken, a vendégéjszakák száma pedig 31,3 millió. A belföldi és a külföldi vendégek száma és a vendégéjszakák száma alapján kiegyensúlyozottság volt megfigyelhető. 2010 óta másfélszer több vendég másfélszer több vendégéjszakát töltött el hazánk kereskedelmi

¹ Jelen publikáció az „EFOP-3.6.1-16-2016-00018 – A felsőoktatási rendszer K+F+I szerepvállalásának növelése intelligens szakosodás által Sopronban és Szombathelyen” című projekt támogatásával valósult meg.

² Dr. Hoschek Mónika egyetemi docens, Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

³ Dr. Németh Nikoletta adjunktus, Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

⁴ Dr. Mészáros Katalin egyetemi docens, Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

szálláshelyein, mely 2019-re 2,5-szer nagyobb szállásdíjbevételt generált a hazai turisztikai piacon.

2020-ban a COVID-19 járvány gyors terjedésének hatására a turisztikai piacon erőteljes változások következtek be. Jelentősen átalakultak az utazási szokások, elsősorban a korlátozó intézkedések hatására. A megváltozott körülmények következtében a turisták a külföldi desztinációk helyett a belföldi úticélokra részesítették előnybe 2020-ban, ami az utazási szokások tudatosabbá válásával indokolható. Az utazások motivációja inkább az aktív szabadidős tevékenységek, városlátogatások és a wellness szolgáltatások irányába tolódott el (KSH 2019, 2020).

Jelen tanulmányban azt kívánjuk összehasonlítani, hogy a koronavírus-járvány hatására hogyan változtak az általános utazási szokások, milyen aktív turisztikai tevékenységeket részesítettek előnybe a megkérdezettek 2019 és 2020 nyarán, valamint milyen jövőbeli tervei vannak a megkérdezetteknek az aktív turisztikai termékekkel kapcsolatosan.

Szakirodalmi áttekintés

A COVID-19 világjárvány alapjaiban rengette meg a globális gazdaság meghatározó ágazatának számító turizmust.

A szakirodalmak alapján gazdasági és pénzügyi válságot, politikai vonatkozású válságot, egészségügyi válságot és környezeti válságot lehet megkülönböztetni, melynek hatásai a turizmus szektorban is megfigyelhetők (Végi et al., 2020). A válságokra megfogalmazott mikrogazdasági válaszok alapján megállapítható, hogy egyre nagyobb jelentősége van a fenntartható fejlődésnek és ezen belül a fenntartható turizmusnak. A fenntartható turizmus „az az idegenforgalom, amely teljes mértékben figyelembe veszi a jelenlegi és a jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat, valamint a turisták, az iparág, a környezet és a befogadó közösségek igényeit” (UNEP-WTO, 2005). A korábbi világjárványok (pl. 2008-as gazdasági világválság, SARS-járvány, nyugat-afrikai Ebola járvány) kisebb mértékben érintették a turisztikai szektort, hiszen az embereknek lehetőségük volt másik desztinációt választani, amennyiben veszélyesnek ítélték meg a korábban választott úti célt. A COVID-19 világjárványnál erre nem volt lehetőség, hiszen az utazási korlátozások szabályozták az emberek döntését, mely kiszámíthatatlansághoz és bizonytalansághoz vezetett, és egyértelműen befolyásolta a turisztikai szokásokat (Hague, 2018; Haughton–Khandker, 2014; Dagnachew–Hon, 2020). A

COVID-19 járvány Magyarországon három iparágat érint erőteljesen: a járműgyártást, a turizmust és az állami beruházásokat. „A turizmus fogyasztási termék, így, ha kevesebb az emberek pénze, illetve a válság miatt tartalékolni kényszerülnek, leáll az utazás.” (Csath et al., 2020).

A 2019 végén Kínából induló koronavírus-fertőzés következtében bevezetett nemzetközi utazási korlátozások a világ lakosságának több mint 90%-át érintették (Gössling et al., 2020). A visszaesés 2020 első 10 hónapjában 900 millióval kevesebb nemzetközi turistaérkezést jelentett 2019 hasonló időszakához képest, illetve 938 milliárd dolláros veszteséget a nemzetközi turizmusból származó exportbevételek terén az ENSZ Turisztikai Világszervezet jelentése alapján (unwto.org).

Világszinten és Magyarországon is a kormányzati intézkedések, határlezárások, valamint a lakosság utazás iránti vágya, igénye következményeként felélénkült a belföldi turizmus. A belföldi turizmus megnövekedése hazánkban is átalakította a turisztikai keresletet, megnövekedett az igény a vidéki térségek iránt. A lakosság utazási szokásaiban előtérbe került a tudatosság, a biztonságosnak vélt belföldi utak előtérbe helyezése. (MTÜ Turisztikai Trendriport, 2020).

Raffai (2020) alapján a következő jelenségek erősödtek fel a világjárvány és azt követő ágazati válság hatása a következőkben foglalható össze:

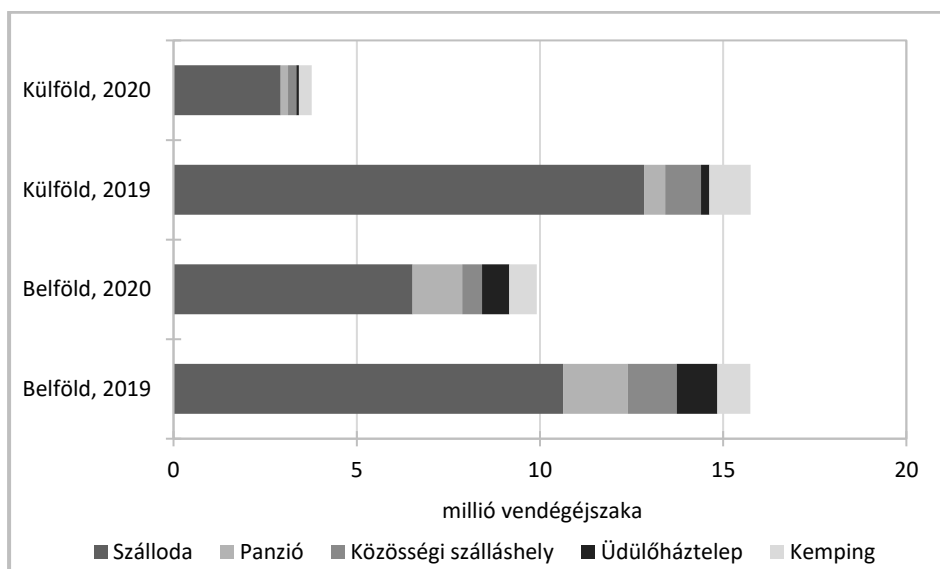
- Az utazások során fontos a biztonság, ami a koronavírus elleni védekezés kapcsán az utazási szokások meghatározója lett és a legtöbb esetben azok megváltozásához vezetett. Fontos lett a jó utasbiztosítás, az utazási költségek visszatérítésének lehetősége (amennyiben az utazás betegség miatt elmarad). Legbiztonságosabb szálláshely a saját tulajdonú lett.
- A járvány miatti gazdasági recesszió következtében utazásokat halasztottak el az emberek vagy a nemutazás mellett döntöttek.
- A figyelem a belföldi desztinációk fele fordult, hiszen a kisebb távolságok miatt az utazás költségei csökkenthetők. Csökkent a szolgáltatásokra költött összeg, de az utazások hossza is. Hotelek helyett a bérelhető apartmanokat keresik az utazók és inkább gyakrabban utaznak rövidebb időre.
- Érintésmentes utazás, illetve a digitális útlevel, integrált digitális személyazonosító rendszerek elterjedése, valamint a személyes találkozókat helyettesítése digitális megoldásokkal. Terjed a virtuális

turizmus, ami az eredetihez nagyon hasonló élményeket tud nyújtani.

- Pozitív hozadék a túlturizmus eltűnése és a környezetszennyezés csökkenése, ami mellett nő a térigény, a zsúfoltság kerülése.
- Csökken a csoportos utazás iránti igény, míg nő az aktív turizmus fajtáinak népszerűsége. Az ár korábbi dominanciáját átveszi a koronavírus-sal kapcsolatos tudatosság, illetve a járványvédelmi követelményeknek való megfelelés.

A KSH adatbázisa alapján a kereskedelmi szálláshelyek belföldi és külföldi vendégforgalmának növekedése 2020-ban a COVID-19 járvány miatt megtorpant. A magyar szálláshelyeken 5,4 millió vendég 14 millió éjszakát töltött el, mely 58%-os, illetve 57%-os csökkenést mutat a 2019-es adatokhoz viszonyítva. A belföldi vendégek száma 2020-ban 4,0 millió volt, mely 41%-os csökkenést jelentett a 2019-es vendégek számához képest. A belföldi vendégéjszakák is csökkentek 37%-kal, 2020-ban 9,9 millió volt a belföldi vendégéjszakák száma. A belföldi vendégek a vendégéjszakákat 2020-ban jellemzően szállodákban töltötték el, azonban a kempingeket, panziókat is előnyben részesítették, hiszen ezeknél a szállástípusoknál esett vissza legkisebb mértékben a vendégéjszakák száma 2020-ban. A külföldi vendégek száma 2020-ban a kereskedelmi szálláshelyeken 1,4 millió volt, akik 3,8 millió éjszakát töltöttek el. A külföldi vendégek és vendégéjszakák száma is csökkenést mutatott 2019-hez képest, 78%-kal, illetve 76%-kal. A legtöbb külföldi vendég a szállodát részesítette előnybe 2020-ban hazánkban, a szállodákban a vendégéjszakák 78%-át töltötték el, míg a kempingek részaránya csupán 9% volt a külföldi vendégek körében.

A kereskedelmi szálláshelyek Magyarországon 58%-kal kevesebb bruttó árbevételt értek el 2020-ban, összesen 234 milliárd forintot. 2020-ban a korábbi évek gyakorlata teljesen megfordult, hiszen 2020-ban a szállásdíjbevétel 65%-a nem a külföldi vendégektől, hanem a belföldi vendégektől származott.



1. ábra: A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák megoszlása szállástípusonként

Forrás: KSH, 2020

2020-ban a COVID-19 járvány hatására a hazai lakosság 37%-kal kevesebbet utazott belföldön, valamint a rövidebb időtartamú utazások száma is lecsökkent. A belföldi utazási motivációk is változást mutattak 2020-ban 2019-hez képest, megnövekedett a szórakozás, pihenés céljából tett utazások száma, a rokonlátogatások száma pedig a járvány hatása miatt csökkent. 2020 nyarán a belföldi lakosság a belföldi úticélokra, legfőképp a Balatont részesítették előnyben, a külföldi utazásokkal szemben. 2020-ra csökkent a legalább egy alkalommal többnapos belföldi, turisztikai célú utazások száma 2019-hez képest.

1. táblázat: Belföldi többnapos turisztikai utazások összefoglaló adatai

Időszak	Utazási aktivitás* (%)	Összes utazás (ezer fő)	Utazáson eltöltött idő (ezer nap)	Egy utazás átlagos időtartama (nap)	Kiadás (millió forint)	Egy utazó egy napjára jutó kiadás (forint)
2015	41,8	15 253	61 975	4,1	307 407	4 960
2016	50,0	14 425	58 967	4,1	308 911	5 239
2017	51,5	14 374	57 908	4,0	328 802	5 678
2018	52,0	14 386	60 296	4,2	347 421	5 762
2019	52,4	14 249	59 280	4,2	393 243	6 634
2020	39,0	8 919	39 803	4,5	269 792	6 778
Ebből:						
szórakozás, pihenés	-	5 003	24 130	4,8	214 102	8 873
rokon, barát, ismerős meglátogatása	-	3 013	11 814	3,9	29 796	2 522
egészségmegőrzés, wellness	-	193	1 064	5,5	14 026	13 188
kulturális, sportrendezvény	-	69	249	3,6	1 937	7 764
hobbyi jellegű munkavégzés	-	338	1 445	4,3	2 559	1 771
hivatalos út	-	125	362	2,9	2 994	8 279
egyéb	-	179	738	4,1	4 377	5 932
Összes utazás, előző év=100%	-	67,6	67,1	107,3	68,6	102,2

* Utazási aktivitás (%): az utazók aránya a teljes népességen belül

Forrás: KSH, 2020

Tanulmányunkban az aktív turisztikai termékek iránti keresletre helyezük a hangsúlyt. Ezért szükségesnek tartjuk az aktív turizmus témaköréhez kapcsolódó szakirodalmak, kutatások rövid ismertetését is. A globális folyamatok, a felgyorsult világ, a stresszes életmód következményeként az emberek egyre nagyobb hányada igényli az aktív turisztikai termékek igénybevételét nyaralása, üdülése során. Nemzetközi tanulmányok is előtérbe helyezik az egészséges életmód hangsúlyozását, melyhez párosul a mozgásos tevékenység, az egészséges táplálkozás, testi-lelki teljesítőképeség helyreállítása (Buckley, 2006; Cater, 2005). Az aktív turizmus fogalmának meghatározására számos definíciót lehet találni a hazai szakirodalmakban. Azonban azt mindenképpen szükséges megemlíteni,

hogy a nemzetközi szakirodalmak nem használják az aktív turizmus kifejezést, helyette a kalandturizmus („adventure tourism”) szerepel és ebbe a tárgykörbe besorolják a felelős turizmust és az ökoturizmust is (ATDI, 2012; Delpy-Nierotti, 2003; Kane–Zink, 2004, Csapó–Gonda, 2020).

„Az aktív turizmus olyan turizmusforma, amely esetében a turista utazásának motivációja valamilyen fizikai aktivitást igénylő szabadidős vagy sporttevékenység gyakorlása. Az aktív turizmus fogalomkörébe tartozik többek között a természetjárás, a kerékpáros turizmus, a vízi turizmus, a lovas turizmus, de a Magyar Turizmus Zrt. aktív turisztikai termékei közé sorolja a kaland- és extrém turizmus területét, valamint a golf-, a horgász-, a vadász- és a kempingturizmust, a téli sportokat és síturizmust mint aktív turisztikai formákat is” (mtu.gov.hu). Megkülönböztethető soft és hard aktív turizmust a fizikai aktivitás fokának alapján (Sulyok–Magyar, 2014).

Mártonné és Császár (2019) reprezentatív kutatásukban 2017-ben 17 turisztikai altermékhez kapcsolódó általános attitűdvizsgálatot végeztek. A megkérdezettek a 17 altermék közül rendszeresen a túrázást (17,2%) és a kerékpározást (31,8%) végzik, mint szabadidős tevékenységet. A hajózást (79,5%), a kempingezést (71,7%) és a falusi vendéglátást (69,5%) már kipróbálta, vagy alkalmoszerűen végzi vagy rendszeresen. A legkevésbé kedvelt turisztikai altermék a kutatás alapján az extrém sport, a golf, a vadászat és a slow turizmus. A kutatás eredményei alapján azt a következtetést lehet levonni a turisztikai altermékek iránti érdeklődéssel kapcsolatban, hogy a legnépszerűbb a természetjárás, majd ezt követi a kerékpározás, a falusi vendéglátás, illetve a hajózás. A megkérdezettek több mint felét egyáltalán nem érdekelte a horgászat, az extrém sport, a futóverseny, a golf, a vadászat és a slow turizmus, mint turisztikai altermék.

Csapó és Gonda (2020) 2018-ban készített reprezentatív kutatásukban az utazásokhoz kapcsolódó fizikai aktivitásokat és a sportolási érdeklődési köröket vizsgálták. A válaszadók 55,4%-a a pihenést, 47,2%-a az aktivitást helyezte nyaralása középpontjába. A kutatásban részt vevő személyek 84%-a választott aktív turisztikai terméket nyaralása alkalmával. Legtöbben az aktív turisztikai termékek közül a túrázást (56,6%) részesítették előnyben, ezt követte a kerékpározás (32,4%) és a könnyű sportolási lehetőségek (28,3%). A lovaglást a megkérdezettek 63,7%-a soha nem próbálta utazása, nyaralása alatt. A kutatás arra is rávilágít, hogy a nők és a férfiak között jelentős különbségek figyelhetők meg a nyaralás alatti fizikai aktivitásban.

Problémafelvetés és módszertan

Két országos kutatást folytattunk le a témában. Az első kutatás 2020. március-április hónapokban zajlott offline és online formában 2019 nyarat vizsgálva és végül a kizárások után 452 teljesen kitöltött és figyelembe vehető választ eredményezett. Míg a második kutatás 2020. szeptember 18. és október 4. között kizárólag online formában zajlott és 717 teljesen kitöltött és figyelembe vehető választ eredményezett 2020 nyarára vonatkozóan. A továbbiakban amikor a két kutatást bemutatjuk először mindig az első kutatás eredményeit közöljük, majd pedig a másodikét.

Mindkét kérdőívben zárt típusú kérdéseket alkalmaztunk, melyből megismertük a válaszadók általános utazási szokásait, az aktív turisztikai termékekkel kapcsolatos motivációjukat, valamint a demográfiai jellemzőket. A zárt kérdéseken belül Likert-skálát is alkalmaztunk. Az adatok kiértékelése SPSS 23,0 statisztikai-matematikai program segítségével történt.

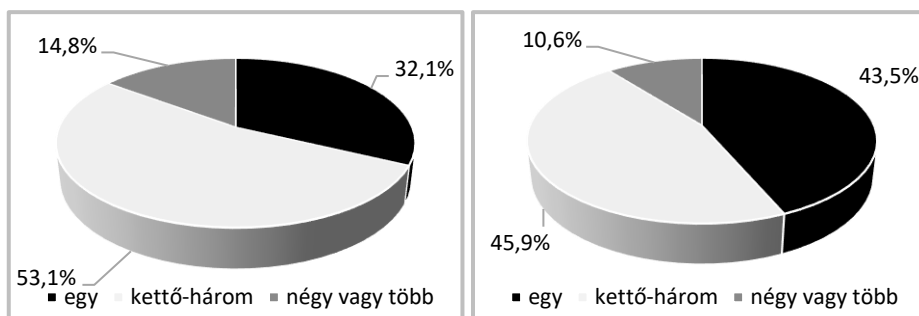
Kutatási célunk annak vizsgálata volt, hogy a COVID-19 járvány első hulláma (lezárások, korlátozások) milyen változásokat eredményezett a magyar lakosság utazási szokásaiban, belföldi vagy külföldi nyaralásokat, illetve a rövidebb vagy hosszabb utazásokat részesítettek-e előnybe a turisták. Ezt követően vizsgáltuk az aktív turisztikai termékek iránti érdeklődést, a vizsgált időszakban az aktív turisztikai termékkel kapcsolatos aktivitást, valamint azt, hogy a jövőben milyen aktív turisztikai terméket szeretne kipróbálni az utazó. Ezek alapján a következő hipotéziseket fogalmaztuk meg:

- H1: A magyar lakosság a COVID-19 járvány hatására inkább preferálta a belföldi desztinációkat és a rövidebb időtartamú utazásokat a korábbi évekhez hasonlítva.
- H2: A természetjárás, a kerékpározás és a lovaglás, mint aktív turisztikai termék iránt a legnagyobb az érdeklődés belföldi utazás alkalmával.
- H3: Az aktív turisztikai termékek közül a legtöbben 2019 és 2020 nyarán a természetjárást, a sétahajózást, a kempingezést, a falusi turizmust és a kerékpározást részesítették előnybe nyaralásuk során.
- H4: A kevésbé népszerű aktív turisztikai termékek (extrém sport, golf, vitorlázás, vadászat) kipróbálását nagyobb arányban tervezik a következő években a válaszadók.

Eredmények

A két felvételben a válaszadók nemek szerinti megoszlása hasonlóan mondható (férfiak: 36,1%; 38,2%, nők: 63,9%; 61,8%). A megkérdezetteket életkoruk alapján három korcsoportba soroltuk. A fiatalok közé a 18-29 évesek (44,5%; 46,7%), a középkorúak csoportjába a 30-59 évesek (36,5%; 34,4%) és az idősekhez a 60 év felettiek tartoztak (19,0%; 18,8%), s a korcsoportok a két kutatásban azonos arányban szerepeltek. A családi állapot meghatározásakor 9 különböző lehetőséget három kategóriában összesítettünk. Az egyedülállók (27,0%; 26,5%), elvált/özvegy (8,4%; 7,9%) és a párkapcsolatban élők aránya (64,6%; 65,6%) is azonosnak mondható a két felmérésben. Az anyagi helyzet esetében is igazolható a három kategória változatlan aránya: a rossz (2,0%; 3,8%), a megfelelő (71,0%; 72,7%) és a jó anyagi helyzetben élők (27,0%; 23,6%). Az iskolai végzettség esetében azonban csupán az alapkúaknál (4,4; 3,2%) találtunk egyezést, a középfokú (60,8%; 69,6%) és a felsőfokú (34,7%; 27,2%) esetében eltérő az arány a két kutatásban.

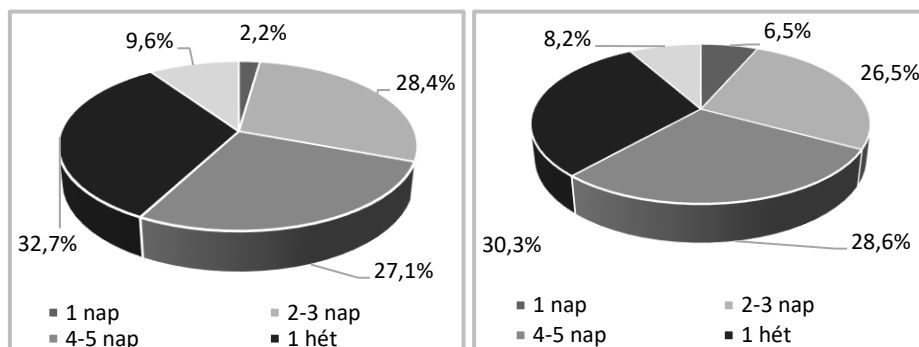
Ebben a tanulmányban célunk annak az állításnak az igazolása, hogy a COVID-19 járvány első hulláma kiemelten hatott az utazási szokásokra. Ezen hipotézis ellenőrzésére először is az általános utazási szokásokat vizsgáltuk meg. Az utazások számának tekintetében három kategóriát alakítottunk ki: az évente egyszer utazók aránya (32,1%; 43,5%) jelentősen megnőtt, ugyanakkor az évi kétfő-három (53,1%; 45,9%) és az évi négy vagy több alkalommal utazók aránya csökkent a 2020 őszi készült felmérésben résztvevők esetében (2-3. ábra).



2-3. ábra: Válaszadók megoszlása évi utazások száma alapján 2019 és 2020 nyarán

Forrás: Saját felmérések alapján saját szerkesztés

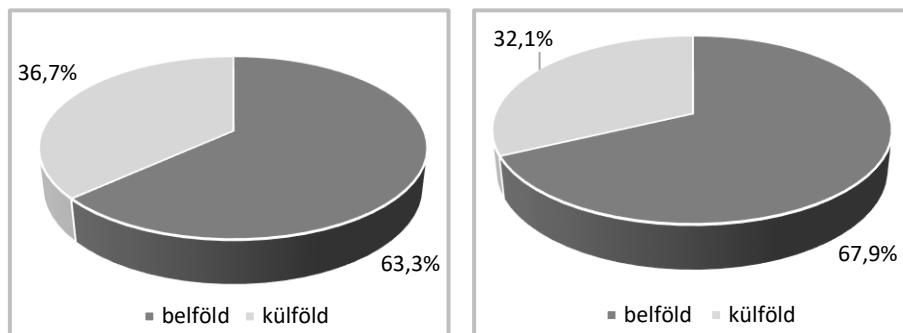
Az utazások hossza tekintetében jelentős különbség van az egynapos utazások arányában (2,2%; 6,5%). A többi hossznál az eltérések statisztikailag nem nevezhetők szignifikánsnak (4-5. ábra).



4-5. ábra: Válaszadók megoszlása az utazások átlagos hossza alapján 2019 és 2020 nyarán

Forrás: Saját felmérések alapján saját szerkesztés

Szintén nem igazolható statisztikailag az utazások irányultságának változása a hazai és külföldi célpontot választó utazók arányában (6-7. ábra).

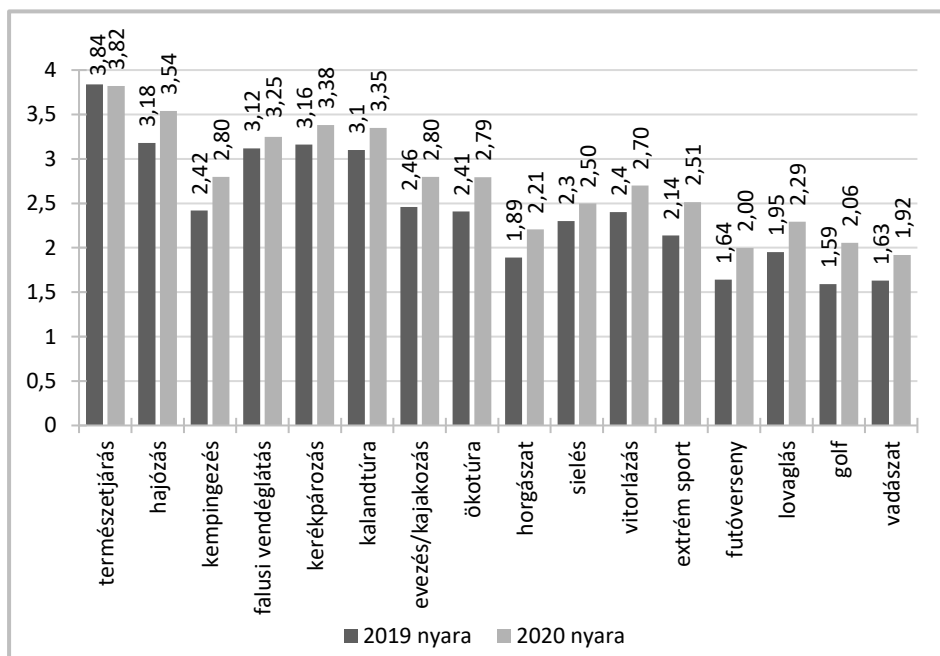


6-7. ábra: Válaszadók megoszlása az utazások irányultsága alapján 2019 és 2020 nyarán

Forrás: Saját felmérések alapján saját szerkesztés

Az egyes aktív turisztikai formák esetében három kérdést vizsgáltunk meg. Az első az érdeklődés mértéke volt. A kitöltők ötfokozatú Likert-skálán jelölték be, hogy milyen mértékben érdeklődnek az egyes formák iránt. A 8. ábrán láthatjuk, hogy a 2020. őszi felmérés értékei csupán a

természetjárás esetében voltak igazolhatóan azonosak ($t=0,181$; $df=1167$; $p=0,856$). Az összes többi formánál az azonosságot el kellett vetni.

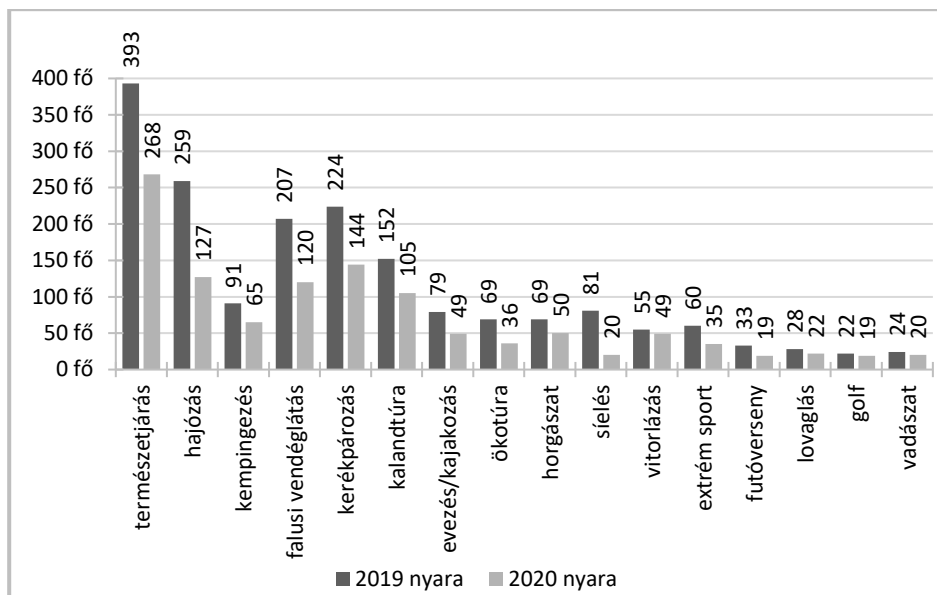


8. ábra: Érdeklődés mértéke az egyes turisztikai formák iránt a két vizsgált időszakban

Forrás: Saját felmérések alapján saját szerkesztés

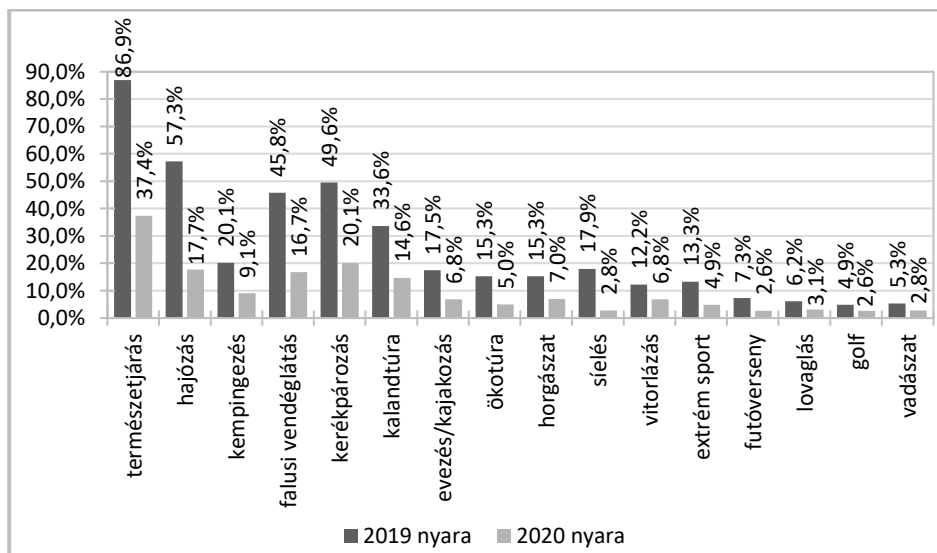
A második kérdésnél a 2019 és 2020 nyarán valóban végzett aktív turisztikai formákat jelölhették be a válaszadók (9. ábra). A feltételezésünk az volt ennél a kérdésnél, hogy a 2020 tavaszán történt lezárások után az emberek többsége alig várta, hogy végre kiszabadulhasson és a szabadidejét a természetben feltöltekezve, mozgással, aktívan tölthesse. Amennyiben csak a főben megadott számokra hagyatkoznánk, már akkor is azt kellene mondani, hogy minden várakozásunk ellenére csökkent az utazási hajlandóság.

Amennyiben azt vizsgáljuk, hogy milyen arányban végezték az egyes típusokat, akkor már az is látszik, hogy drasztikus volt ez a csökkenés (10. ábra).



9. ábra: Válaszadók által végzett aktív turisztikai tevékenységek 2019 és 2020 nyarán

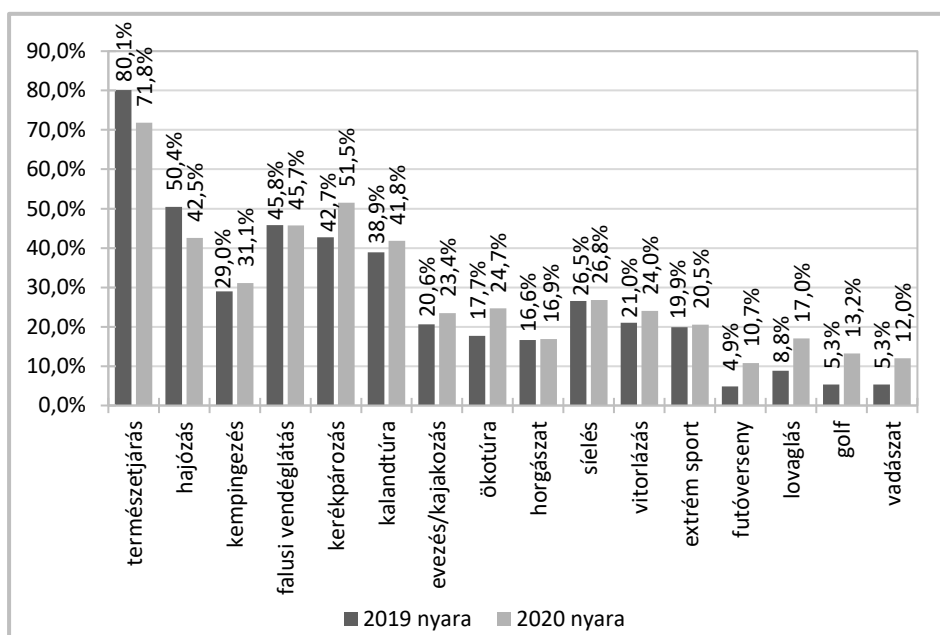
Forrás: Saját felmérések alapján saját szerkesztés



10. ábra: Válaszadók által végzett aktív turisztikai tevékenységek 2019 és 2020 nyarán a valóban utazók arányában

Forrás: Saját felmérések alapján saját szerkesztés

A harmadik kérdésnél azt mértük fel, hogy milyen turisztikai formát terveznek a megkérdezettek a jövőben végezni. Ennél a kérdésnél az látszik, hogy vannak olyan tevékenységek (kempingezés, falusi vendéglátás, kalandtúra, evezés/kajakozás, horgászat, síelés, vitorlázás, extrém sport), amiket a megkérdezettek hasonló arányban kívánnak majd igénybe venni, kipróbálni a későbbiekben. Ugyanakkor olyan formával is találkoztunk, ahol nőtt azoknak az aránya, akik az adott tevékenységet szívesen kipróbálnák, végeznék (kerékpározás, ökotúra, futóverseny, lovaglás, golf, vadászat). A tervezett tevékenységeknél tehát valójában csak a természetjárás és a hajózás esetében figyelhettünk meg csökkenő arányt (11. ábra).



11. ábra: A jövőben tervezett aktív turisztikai tevékenység

Forrás: Saját felmérések alapján saját szerkesztés

Következtetések

A COVID-19 hatásai már az első hullám után is kimutathatók voltak. 2020 tavaszán és 2020 őszén készült felméréseink alapján összességében elmondható, hogy a feltevéseink teljesen vagy részben, de igazolhatóak voltak.

A felvetett hipotézisek közül az elsőt csak részben sikerült igazolni, vagyis a belföldi utazások arányának növekedése nem ($z=-1,640$; $p=0,949$), azonban az egynapos utak számának emelkedése igazolható ($z=-3,300$; $p=1,000$) volt.

A második hipotézis is csak részben volt igazolható a felvételeink alapján. A legnagyobb érdeklődés valóban a természetjárás iránt volt és mértéke a két felvétel között azonosnak mondható ($t=0,181$; $df=1167$; $p=0,852$). A kerékpározás iránti érdeklődés a megkérdezett 16 aktív turisztikai forma közül a harmadik legnépszerűbb és az érdeklődés mértéke nőtt ($t=-2,743$; $df=1167$; $p=0,006$). A lovaglás a sereghajtók között van (12.) népszerűség tekintetében, amely nőtt valamelyest ($t=-4,525$; $df=1167$; $p=0,000$) 2020 nyarára.

A harmadik hipotézis teljes mértékben igazolható volt.

A negyedik hipotézis esetében a népszerűségi lista végén szereplő 6 aktív turisztikai forma közül négy valóban az extrém sport, golf, vitorlázás, vadászat, ugyanakkor ide tartozik még a futóverseny és a lovaglás is. Ami a kipróbálást illeti, a vitorlázás és az extrém sport esetében a növekvő érdeklődés nem igazolható.

Összefoglaló

Jelen tanulmányban két felmérés segítségével hasonlítottuk össze az utazók általános utazási szokásait és megállapítottuk, hogy a COVID-19 első hulláma már ebben is okozott változásokat. Ugyanakkor ezzel még éppen csak a kutatásokban rejlő elemzési szempontok egy részét vizsgáltuk meg. Tervezzük a közeljövőben az adatok segítségével azt is megnézni, hogy van-e különbség a nyaralók preferenciái között attól függően, hogy itthon vagy külföldön töltik-e szívesesebben a szabadidejüket, vagy esetleg a már kipróbált aktív turisztikai forma befolyásolja-e a jövőbeni elképzeléseiket.

Irodalomjegyzék

- ATDI (2012): Adventure Tourism Development Index 2011 Report. 34 p.
<http://vitalwave.com/wp-content/uploads/2015/09/ATDI-2011-Report.pdf>
Letöltve: 2020. október 3.
- Buckley, R. C. (2006): Adventure Tourism. CAB International. Wallingford, UK.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.08.005>
- Cater, C. (2005): Looking the Part: The Relationship between Adventure Tourism and the Outdoor Fashion Industry. In: Taking Tourism to the Limits, C. S. Page and Aitken, eds., London: Elsevier, 155–163.
DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-044644-8.50017-5>
- Csath M. – Lentner Cs. – Halmai P. (2020): Koronavírus VS Gazdaság: Szőőr Ádám főszerkesztő interjúja. Bonum Publicum, 8, 18–20.
- Csapó J. – Gonda T. (2020): A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében.
<https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/2020/03/04/csapo-janos-gonda-tibor-a-hazai-lakossag-utazasi-motivacioinak-es-szokasainak-elemzese-az-aktiv-turizmus-es-a-fizikai-aktivitas-tekinteteben/> Letöltve: 2020. október 11.
DOI: <https://doi.org/10.15170/TVT.2019.04.04.06>
- Dagnachew, L.S. – Hon, A. H. Y. (2020): The impacts of social and economic crises on tourist behaviour and expenditure: an evolutionary approach. Current Issues in Tourism, 23(6), 740–755.
DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1546674>
- Delpy-Nierotti, L. (2003): An introduction to sport and adventure tourism. In: Hudson, S. (ed.), Sport and adventure tourism. Binghamton, NY: Haworth Hospitality Press, 1–26.
- Gössling, S. – Scott, D. – C. Hall, M. (2020): Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. Journal of Sustainable Tourism.
DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Haque, T. H. (2018): The swine flu and its impacts on tourism in Brunei. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 92–101.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.003>
- Haughton, J. – Khandker, S. R. (2014): The Surprising Effects of the Great Recession: Losers and Winners in Thailand in 2008-09. World Development, 56, 77–92.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.10.018>
- Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism
<https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> Letöltve: 2020. október 14.
- Kane, M. – Zink, R. (2004): Package adventure tours: markers in serious leisure careers. Leisure Studies, 23(4), 329–345.
DOI: <https://doi.org/10.1080/0261436042000231655>
- KSH (2019): <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html>
Letöltve: 2020. október 17.

- KSH (2020): https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2020/helyzetkep_turizmus_2020.pdf Letöltve: 2020. október 18.
- Martonné M. K. – Császár Zs. (2019): Valóban aktív a magyar lakosság? Aktív és ökoturisztikai keresletet és motivációt felmérő kutatás. *Turizmus bulletin*. XIX. évfolyam, 1. szám, 45–57. mtu.gov.hu Letöltve: 2020. október 10.
- MTÜ Turisztikai Trendriport (2020): Átalakuló turisztikai piac, a belföld az új külföld. <https://mtu.gov.hu/cikkek/mtu-turisztikai-trendriport-2020-a-belfold-az-uj-kulfold-2193> Letöltve: 2020. október 20.
- Raffai, Z. (2020): A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartására. https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/008_A%20COVID-19%20jarvany%20hatasa%20a%20turistak%20fogyasztoi%20magatartasanak%20valtozasara.pdf Letöltve: 2020. október 16.
- Sulyok J. – Magyar Zs. (2014): Az aktív turizmus helyzete Magyarországon. Fókuszban a kerékpározás és a természetjárás. *Turizmus Bulletin*, XVI. évfolyam 3-4. szám, 15–26.
- UNEP-WTO (2005): *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers*. Madrid: WTO. <https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/8741;jsessionid=57396080F119> Letöltve: 2020. október 20.
- Végi Sz. – Csapó J. – Törőcsik M. (2020): Az új koronavírus (COVID-19) megjelenésének hatása a magyar lakosság turisztikai fogyasztó szokásaira – egy online felmérés elsődleges eredményei. *EMOK*. <https://emok.hu/tanulmany-ke-reso/d867:az-uj-koronavirus-covid-19-megjelenesenek-hatasa-a-magyar-lakossag-turisztikai-fogyasztoi-szokasaira-egy-online-felmeres-elsodleges-eredmenyei> Letöltve: 2020. október 15.