

# Turisztikai mobilitásváltozás a Covid19-pandémia alatt és után, különös tekintettel a közlekedési eszköz- és desztinációválasztásra

## Changes in tourism mobility in the Covid19-pandemic and the post-pandemic period in terms of transport mode and destination choice

Szerzők: Behringer Zsuzsanna<sup>1</sup> – Kulcsár Noémi<sup>2</sup> – Hinek Mátyás<sup>3</sup> – Tevely Titanilla<sup>4</sup>

A turizmus és a közlekedés kapcsolatát erőteljesen alakítják az egészségügyi szempontok és a háború által okozott gazdasági, társadalmi hatások. Empirikus kutatásunkban ezen tényezőket vizsgáltuk a magyar lakosság körében végzett online kérdőíves felmérés során. Összehasonlító statisztikai elemzéssel vizsgáltuk az utazási szokások és a turisztikai mobilitás alakulását a 2021-2022. évi megvalósult és a 2023-ra tervezett utazások alapján. Eredményeink szerint a bezártság és a korlátozások ellenére sem csökkent az utazási kedv, de a vásárlási döntések merőben átalakultak, ami főként a választott desztináció földrajzi távolsága, biztonságossága és az odajutáshoz használt közlekedési eszköz esetében érzékelhető. Ezt tovább fokozták az orosz-ukrán háború okozta drasztikus áremelések, amelyek hatására a fogyasztói döntések meghozatalában prioritást kap a takarékoság és a költségek optimalizálása, ezért alanyaink turisztikai mobilitása jóval visszafogottabb a 2023-as utazási tervek esetében.

The relationship between tourism and mobility is strongly shaped by health safety and the economic and social impact of the war. Our empirical research investigated these factors through an online questionnaire survey within the Hungarian population. A comparative statistical analysis was used to investigate the evolution of travel patterns and tourism mobility based on trips undertaken in 2021, 2022 and planned for 2023. The results show that, despite the closures and restrictions, wanderlust has not decreased. However, there has been a marked change in customer decisions, mainly in terms of the geographical distance of the chosen destination, its safety and the means of transport used to get there. This has been further exacerbated by the dramatic price increases caused by the Russian-Ukrainian war, with economizing and cost optimization being prioritized in decision making. This has resulted in much more restrained tourism mobility for the subjects' travel plans in 2023.

**Kulcsszavak:** utazási szokások, desztinációválasztás, mobilitás, pandémia, gazdasági válság.

**Keywords:** travel preferences, destination choice, mobility, post-pandemic, economic recession.

### 1. Bevezetés

A turizmus szektor a Covid19-világjárvány előtt a legdinamikusabban fejlődő szektorok közé tartozott nemzetközi és hazai szinten egyaránt.

Összteljesítménye megközelítette a világ GDP termelésének 10%-át, a világban az egyik leginkább emberimunkaerő-igényes iparágak között szerepelt 334 millió foglalkoztatottal, és 2019-ben már 1,5 milliárd turistaérkezést, és 1,9 billió dollár bevételt regisztráltak a szektorban (UNWTO 2020). Magyarország turizmusa hasonlóan kiemelkedő mutatókat produkált mintegy 400 ezer foglalkoztatottjával, a hazai GDP előállításához közvetett módon közel 11%-kal járult hozzá, az országba 12,8 millió turista érkezett, akik 31,3 millió vendégj-

<sup>1</sup> főiskolai docens, Budapesti Metropolitan Egyetem, zbehringer@metropolitan.hu

<sup>2</sup> egyetemi docens, Budapesti Metropolitan Egyetem, nkulcsar@metropolitan.hu

<sup>3</sup> főiskolai tanár, Budapesti Metropolitan Egyetem, mhinek@metropolitan.hu

<sup>4</sup> PhD-hallgató, Soproni Egyetem, tevely.titanilla.virag@phd.uni-sopron.hu

szakát töltötték el, közel 2971 milliárd forint bevételt biztosítva az ország számára, ami jelentősen hozzájárult a külkereskedelmi mérleg és a fizetési mérleg egyensúlyának javításához (KSH 2020a). A 2020-ban kitört világjárvány viszont alapjaiban rengette meg az egész szektort, és megmutatta rendkívüli érzékenységét és sérülékenységét. Az utazási korlátozások, a teljes lezárások, a járványtól való félelem mind arra kényszerítette a piac szereplőit makro- és mikroszinten egyaránt, hogy a korábban természetesnek tartott piaci viselkedésüket, fogyasztói és szolgáltatói, sőt kormányzati magatartásukat alapvetően változtassák meg az újonnan kialakult körülmények miatt, hogy megfeleljenek az újonnan előállt feltételeknek.

Ebben az eddig ismeretlen helyzetben – a teljes lezárások és utazási korlátozások miatt – a lakosság nem tudott utazni, de már az első enyhítések és később a korlátok feloldása világosan megmutatta, hogy a lakosság nem tud, és nem is szeretne lemondani – az addigra már alapszükségletté vált – szabadidős utazásairól, és azonnal megindultak az óvatos, a járványügyi szabályokat betartó, kompromisszumokkal teli első turisztikai utazások. Több kutatás és felmérés (TÖRŐCSIK-Csapó 2021, BEHRINGER et al. 2022) azt mutatta ki, hogy a fogyasztók igen nehezen viselik a mozgásuk korlátozását, és inkább kompromisszumokat kötve, de mindenképpen utazni szeretnének. Kutatásunkban e kompromisszumok feltárására vállalkoztunk, azaz arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a makrokörnyezeti változások hatására az egyes fogyasztói csoportok mely desztinációkat választják úti célként, illetve hogy az úti céljukat hogyan, milyen közlekedési eszközzel érik el.

A fogyasztók utazási szokásait mérő empirikus kutatásunkban kiterjesztettük vizsgálatunkat a máig tartó időszakig (2021-2023), mivel a pandémia lecsengésével nem könnyebbülhetett meg sem a turizmus szektor, sem a fogyasztók, ugyanis az orosz-ukrán háború hazánkban is újabb sokkhatást okozott. Az állami/kormányzati segítségnek és a különböző támogatásoknak, kedvezményeknek vagy éppen mentesítéseknek köszönhetően az éppen talpra álló iparágat újból nehéz helyzetbe sodorta az energiaár-robbanás, az infláció, az egyre nehezebbé váló megélhetés. Ezek a körülmények a fogyasztókat is súlyos dilemmák elé állították, amelynek következménye az utazási szokások újbóli átalakulása lett, amit elsősorban már a takarékoság határoz meg, illetve szorító korlátok közét.

Bár a turisztikai piacot drasztikusan érintették a mobilitásra vonatkozó korlátozások, a lakosság utazási kedve nem veszett el. Az utazások a pandémia alatt elsősorban belföldi viszonylatban valósultak meg, azonban a járvány terjedésének

megfékezését célzó intézkedések enyhítésével, valamint az oltásoknak köszönhetően a veszélyérzet elmúltával és az elhalasztott keresletnek is köszönhetően, vélhetően újra a szabadidő-eltöltés homlokterébe kerülnek (MICHALKÓ et al. 2022).

Jelen tanulmányunkban figyelmünket e kritikus időszak utazóinak átalakuló desztináció- és közlekedési eszköz választási szokásaira, mint a mobilitási szokások két legjelentősebb területére, fókuszáljuk. Nagy mintás kérdőíves felmérést készítettünk a 2021-es évre vonatkozóan, amikor még tartott a Covid19-járvány, és a 2022-es évre vonatkozóan, amikor már a járvány utáni fogyasztói magatartást vizsgáltuk. Azonban alig múlt el a pandémiás időszak, a fogyasztók magatartását egy újabb sokk, az orosz-ukrán háború és az annak következtében kialakuló drasztikus infláció újra megváltoztatta, ezért a 2023-as év turisztikai fogyasztását a takarékosági szempontok is befolyásolják.

## 2. Szakirodalmi háttér

A 2020-ban világjárvánnyá nyilvánított Covid19-vírusfertőzés a globális turizmusnak és az egyéb utazásoknak köszönhetően hamar elterjedt az egész világon (IANQUITO 2020). Megállítására a különböző országok karanténkötelezettséget, utazási korlátozásokat, illetve határlezáró rendelkezéseket vezettek be, véget vetve a koronavírus-járvány előtti turizmus szinte megállíthatatlannak látszó növekedésének. 2020-ban, a pandémia kezdetén az előrejelzések legalább 2021 júniusáig tartó erős, 60%–80%-os, csökkenést prognosztizáltak a turistaérkezések esetében, amit a vendéglátóegységek egészségügyi biztonsági intézkedései sem tudtak meggátolni (FOTIADIS et al. 2021).

YU és társai (2023) kutatásukban a turizmus pandémia előtti, alatti és utáni tendenciáit vizsgálták. Felmérésük eredményeként megállapították, hogy a helyi lakosok a járvány hatására inkább belföldi úti célokat választottak, ami a gazdasági fellendülés támogató eszköze is egyben. Kijelentették, hogy a turisztikai mobilitást nemcsak külső tényezők, hanem a megkérdőjelezett belső érzései is befolyásolják, illetve, hogy a nemzetközi turizmus hamar helyre fog állni. FUSTÉ-FORNÉ és MICHAEL (2020) kutatása a pandémia után fellendülő turizmus mobilitása és a fenntarthatóság kapcsolatát a hosszútávú biztonságos útvonalakban és a környező országok összefogásában látja. A válság kezelésére a vállalkozások üzleti modelljének átalakítását, jövedelmességük újraértékelését és új turisztikai termékek kifejlesztését javasolták, emellett fontosnak találták a kormány segítségét is állami támogatások formájában (FOTIADIS et al. 2021).

A pandémia egyik legnagyobb gazdasági-társadalmi hatása tehát a turizmus visszaesése volt (YANG et al. 2021). A turisták utazási döntéseinek meghozatalában mindig is nagy szerepet játszott a szubjektív és objektív biztonság, azaz a turisták kockázateszlelése (KARL 2018). A Covid19-járvány tovább növelte az utazási kockázateszlelést, az egészségügyi veszély hatással volt a mentális félelemérzetre is (KÖKÉNY-KENESEI 2022). Ahogy nőtt az észlelt utazási kockázat, úgy növekedett az utazási tervek megváltoztatására való hajlandóság. Ennek mértéke változó volt, de az idő haladtával egyre több turistában jelent meg az utazási félelem, és ha utaztak is, inkább olyan területekre mentek, ahol jobban bíztak a desztináció biztonságában (NEUBURGER-EGGER 2021).

A magyar belföldi turizmus a járvány kitörése előtt is jelentős volt, de a járvány hatására még többben döntöttek az országhatárokon belül történő utazás mellett, amivel egyrészt kiküszöbölhető a határátlépéssel járó bizonytalanság, másrészt az utazás eme jellemzően olcsóbb formájának választásával a pénzügyi kockázat is csökkenthető (RAFFAY 2020). Egy, a hazai turistákra vonatkozó reprezentatív kutatás (vö. MISKOLCZI et al. 2021) a magyarok kockázatkerülő magatartását mutatta be, mind egészségügyi, mind biztonsági, mind mobilitási szempontok alapján. A megkérdezettek a tapasztalt tendenciákat jelezték előre: válaszaikban a belföldi turizmus iránti kereslet növekedését, majd a járvány lecsillapodása után a nemzetközi turizmus hirtelen fellendülését prognosztizálták.

MICHALKÓ és szerzőtársainak (2022) reprezentatív kutatása már csoportos bontásban ismertette a magyar utazók reakcióját a Covid19-járvány generálta helyzetre. Az egyik, arányában a legkisebb, csoport szeretett volna utazni és vállalta az utazással együtt járó kockázatokat, de a korlátozó intézkedések gyakran megnehezítették az országhatár(ok) átlépését vagy a turisztikai szolgáltatás(ok) igénybevételét. A járványhelyzet átmeneti enyhülése lehetőséget adott az utazni vágyók igényeinek kielégítésére, de a korábbi időszakokra vonatkozó statisztikával ellentétben többségében regisztrált szálláshelyeket vettek igénybe, kerültek a rokonok, barátok, ismerősök nyújtotta szálláshelyre, és a saját ingatlan turisztikai célú használata is visszaszorult (a második otthonok valószínűleg eleve hasznosításra kerültek, mint a *ragály tengerének biztonságos szigetei*). Az utazók egy másik csoportja a megbetegedéstől, a karanténtól, továbbá az instabil szolgáltatásoktól való félelemtől vezérelve úgy döntött, békésebb időkre halasztja utazási szükségleteinek kielégítését.

A Covid19-járvány kitörését megelőző évben a hazai lakosság összesen 39 millió utazást tett,

amelynek 36%-a belföldi desztinációkba, 64%-a pedig külföldi úti célok felé irányult. A többnapos belföldi utazások 60%-át szórakozás, pihenés, egészségmegőrzés céljából tették, de jelentős motiváció volt az ismerősök meglátogatása (33%) is. A többnapos külföldi utazások mintegy fele szabadidős, 30%-a rokon-, barátlátogatási célú volt. A legfőbb úti célok – a szomszédos országok mellett – Németország, Olaszország, Csehország és Görögország voltak. Az utóbbi évben a görögországi utazások száma kétharmadával, az olaszországiaké harmadával bővült. Románia esetében is jelentősen, ötödével nőtt az odalátogatók száma. Kelet-Közép-Európa országainak népszerűsége csökkent, a magyar utazók kevesebbszer látogattak Csehországba, Horvátországba, Ukrajnába, Lengyelországba és Szlovákiába (KSH 2020b). Az utazások során a biztonság és a kényelem nemcsak a desztináció vagy a szálláshely típusának kiválasztásában, hanem a használt közlekedési eszköz esetében is megjelent: a közeli, főként belföldi helyszínek népszerűsége nőtt (KUPI-SZEMERÉDI 2021). CSÓKA és szerzőtársai (2021) kutatásukban azonban azt igazolták, hogy drasztikus változások tartósan mégsem következnek be a turizmusban. A belföldi turizmus jelentőségét az is növelte, hogy a nemzetközi turizmus sok esetben lehetetlen volt. A lezárásokat követően a nemzetközi járatokat fől kellett függeszteni, ami az európai légitársaságoknak több, mint 50 milliárd eurónyi veszteséggel járt a pandémia első évében. A légi közlekedés a lezárásokon túl a biztonsági és a higiéniai kockázatok miatt is kerülendő közlekedési mód volt a turisták számára. Ennek ellenére az is jól megfigyelhető volt, hogy a pandémia fertőzési hullámainak lecsengő szakaszaiban az utazási (és repülési) kedv mindig megnőtt (ERNSZT et al. 2022).

A 2022-ben kitört orosz-ukrán háború, a növekvő üzemanyagárak, a csökkenő reálbérek, illetve a forint árfolyamának alakulása a vizsgált periódus során szintén számottevően befolyásolta az utazók fogyasztói magatartását és csökkentette a külföldi desztinációk felkeresése iránti vágyat. Ugyanakkor a tény, hogy a hazai helyközi közlekedés alaptarifái 2010-től egészen 2023. július 1-jéig változatlanok voltak segítette a hazai desztinációk meglátogatását a biztonsági és higiénés előírások betartása mellett.

A turisztikai fogyasztás hirtelen megváltozása egyértelműen azonosítható tehát a desztinációválasztás és a közlekedési eszközök turisztikai használata tekintetében. A járvány elején a légi közlekedés kihasználtsága csökkent a legnagyobb mértékben a magyar lakosság körében is. MISKOLCZI és szerzőtársainak (2021) kutatási eredményei szerint a légi közlekedést elhagyók kö-

rében nagyobb arányban vannak jelen a közép- és felsőfokú végzettséggel rendelkezők. A közösségi közlekedés iránti kereslet visszaesése szintén kiemelendő, hiszen e közlekedési módoknál a fizikai távolságtartás fenntartása kevésbé lehetséges. A megosztáson alapuló közlekedési szolgáltatások elsődleges célcsoportja továbbra is inkább a fiatalabb szegmens. A legkisebb visszaesés az egyéni motorizált közlekedési mód (személygépjármű-használat), valamint az egyéni nem motorizált alternatívák (pl. kerékpározás) esetében volt tapasztalható. Összességében a pandémia közlekedésszokás-használatra gyakorolt hatásait tekintve a személygépjármű-használat gyakoriságában történt a legnagyobb változás – a járvány előtti időszakhoz viszonyítva sokkal gyakrabban vettünk igénybe személygépjárművet. A nem motorizált módok esetében a kerékpározás szerepének erősödése volt számottevő (MISKOLCZI et al. 2021).

A bizonytalan helyzet és a folyamatosan emelkedő árak kihatással vannak a hazai és a külföldi turizmusra, mind kínálati, mind keresleti oldalon. Az orosz-ukrán háború világszerte inflációt váltott ki, melynek főként a környező országokban lehet érzékelni a hatását (MAURYA et al. 2023). Az európai piacon a pandémia során tanúsított szolidaritás, alkalmazkodóképesség és a felmerülő problémák kezelésére való hajlandóság lehet a válasz a kialakult helyzetre (ANGHEL-JONES 2022).

Bizakodásra ad okot az ENSZ Turisztikai Világszervezet (UNWTO) 2023 januárjában publikált jelentése is, hiszen bár a nemzetközi turistaérkezések 2019-es közel 1,5 milliárd fő nagyságú forgalmi adatához képest 2020-ban a pandémia megfékezése érdekében tett kiutazási korlátozások, valamint az utazók erős félelemérzete és kockázatkerülő magatartása 72 százalékpontos volumen-visszaesést eredményezett, a visszaesés mértéke 2021-ben 69, majd 2022-ben már csupán 37 százalékpontos volt, míg 2023-ra vonatkozóan a legoptimálisabb forgatókönyv szerint 5–20 százalékpontos elmaradás fog mutatkozni (UNWTO 2023). A szám adatok most is igazolják, hogy a turizmus bár nagyon érzékenyen reagál az egyes desztinációkat érintő negatív történésekre, gyorsan visszaáll eredeti növekedési pályájára. Ezt a megállapítást igazolja a hazai turisztikai egyenleg (KSH 2023) is, amelynek adatai szerint a 2019-es csúcshoz (1340 milliárd Ft) képest a pandémia következtében 2020-ra drasztikusan lecsökkent a turisztikai egyenleg (650 milliárd Ft). 2021-ben kisebb növekedés volt tapasztalható (834 milliárd Ft), míg 2022-ben már a 2019-es adatok 92%-át is elérte (1228 milliárd Ft).

2023-ban a szakma várakozásait tekintve a turizmus szektor teljesítménye elérheti a pandémia előtti szintet, hiszen a lakosság utazási ked-

ve visszatért, a szakma pedig átgondoltan keresi a recesszióból történő kilábalás új lehetőségeit és stratégiai irányait. A turizmus jövője a desztinációk rezilienciáján, azaz regenerációs képességén múlik (GONDA 2022), ezzel egyidőben azonban az a veszély is fenyeget, hogy az újbóli fellendülése során a turizmus még kevésbé fenntarthatóvá válik (HALL et al. 2020).

### 3. Módszertan

Online kvantitatív kérdőíves felmérést végeztünk kényelmi mintavétellel a hazai lakosság körében, ami ugyan nem reprezentatív, de olyan jelentős mintaelemszámot eredményezett, hogy ezekből már le lehet vonni általánosabb következtetéseket is a lakosság adott csoportjaira vonatkozóan. Strukturált kérdőívünket 672-en töltötték ki, ami főként szelektív zárt és értékelőskála-alapú (1-5) kérdéseket tartalmazott 4 blokkra osztva. Részletesen megkérdeztük kitöltőinket a 2021-es és a 2022-es megvalósult szabadidős utazási szokásaikról, valamint rákérdeztünk a 2023. évi utazási terveikre is, illetve felmérésünk utolsó blokkjában az alanyok szociodemográfiai adatait gyűjtöttük. Empirikus kutatásunkat 2022. késő őszen bonyolítottuk le, amikor az éves utazások jelentős része már realizálódott, és külön figyelembe vettük azon kitöltőink válaszait, akik a még hátralévő időszakban terveztek utazni (2022. novemberében és decemberében), de ezen arány elenyészően alacsony, 4% alatti. Összesen 74 szakmai és 6 szociodemográfiai kérdést tettünk fel kitöltőinknek az elmúlt évek utazási szokásairól. A 672 kitöltő demográfiai összetételéből megállapítottuk, hogy mintánk kellően heterogén összetételű ahhoz, hogy az egyes lakossági szegmensek utazási szokásainak elemzése lehetővé váljon, és többváltozós, mélyebb összefüggések feltárásával általános megállapításokat tegyünk e lakossági csoportok fogyasztói viselkedésére vonatkozóan.

Jelen tanulmányban elsődlegesen azt vizsgáljuk, hogy a Covid19-pandémia és az orosz-ukrán háború hatására hogyan változtak meg a magyar utazók mobilitási szokásai. Mivel adatbázisunk jelentős számú további elemzést is lehetővé tesz, így további tanulmányok keretében fogjuk megvizsgálni, hogy az utazások egyéb jellemzői hogyan változtak az elmúlt években.

A különböző közlekedési eszközök igénybevételenek eltéréseit a megkérdezettek korcsoportjai körében kénytelen próbákkal vizsgáltuk. Előzetes várakozásunk az volt, hogy az egyes korcsoportok eltérő arányban veszik igénybe a közlekedési eszközöket. Mintánkban a megkérdezettek korcsoportok szerinti eloszlása nem követi a

magyar lakosság (illetve az utazók) korcsoportok szerinti megoszlását, emiatt a minta nem tekinthető reprezentatívnak. A kérdőívet nagyjából egyetemi hallgatók töltötték ki, míg a második legnagyobb csoport a 46-60 év közöttiek (részarányuk majdnem 25%), így ez a két korosztály képviseli a megkérdezettek kétharmadát. A minta nem tekinthető függetlennek sem, azaz az egyes elemek (válaszadók) kiválasztása nem minden esetben volt független más válaszadók kiválasztásától, emiatt nem FAE (független, azonos eloszlású) mintáról van szó. Ennek ellenére elvégeztük a statisztikai következtető tesztet, de ennek eredményeit a fentiek fényében érdemes értékelni, azaz megállapításaink a relatív nagy számú minta ellenére sem feltétlenül általánosíthatók a teljes sokaságra.

## 4. Eredmények

### 4.1 SZOCIODEMOGRÁFIAI ISMÉRVEK

Az adattisztítás utáni 670 fős mintánk nemek szerinti megoszlását tekintve 73% nő és 27% férfi. Lakóhelyüket illetően leginkább a főváros és Pest vármegye lakosai képviselték magukat, emellett Észak-Magyarország és Közép-, illetve a Nyugat-Dunántúl vármegyéinek nagyobb városaiból tevődött ki a jelentősebb kitöltői létszám. Az életkori megoszlást tekintve a 18-25 év közöttiek 259 fővel 39%-ot tettek ki, utánuk legnagyobb arányban a 46-60 év közötti korosztály képviseltette magát 150 fővel (22%). A következő kategória a 36-45 év közötti korosztály volt, akik 110 fővel, azaz 16%-kal képviseltették magukat, majd a 26-35 év közötti korosztály 94 fővel 14%-ban. Mintánkban jelen voltak a 18 év alattiak is 5%-kal, és a 60 év fölöttiek is 4%-kal. Foglalkozásukat tekintve mintánk jelentős hányada a szellemi foglalkozású alkalmazotti (34%), az egyetemi hallgatói (24%) és a tanulói (11%) rétegből tevődött össze, de érzékelhető nagyszámúak voltak jelen az egyéb foglalkozási területet megjelenítő kitöltők is (vállalkozók, vezető beosztásúak, fizikai dolgozók és nyugdíjasok). Iskolai végzettségüket tekintve domináns réteget képviseltek az egyetemi/főiskolai végzettségűek (40%-kal) és a gimnáziumi érettségivel rendelkezők (33%-kal), de jelen vannak mintánkban az általános iskolai végzettséggel rendelkezők és a doktori fokozattal vagy egyéb felsőoktatási szakképzéssel rendelkezők is. Családi állapotukat tekintve hasonló arányban vannak jelen a párkapcsolatban vagy házasságban gyermekkel élők és a párkapcsolatban vagy házasságban gyermek nélkül élők (27% és 23%). Jelentős a szüleikkel együtt élők aránya (30%), míg a legalacsonyabb a gyermek nélkül, illetve gyermekkel (15% és 5%) egyedül élők aránya.

### 4.2 TURISZTIKAI ÉS MOBILITÁSI SZOKÁSOK VÁLTOZÁSA A PANDÉMIA ALATT ÉS UTÁN – DESZTINÁCIÓVÁLASZTÁS

Kutatásunkban arra kerestük a választ, hogy a magyar lakosság szabadidős turisztikai utazásai hogyan változtak meg 2021 és 2023 között. Két év szigorú lezárások, karanténok, utazási korlátozások és jelentős mértékű egészségügyi és járványügyi kockázat mellett mennyire alakultak át a fogyasztói döntési mechanizmusaik, és hogyan alkalmazkodtak az újonnan kialakult nemzetközi és hazai helyzethez.

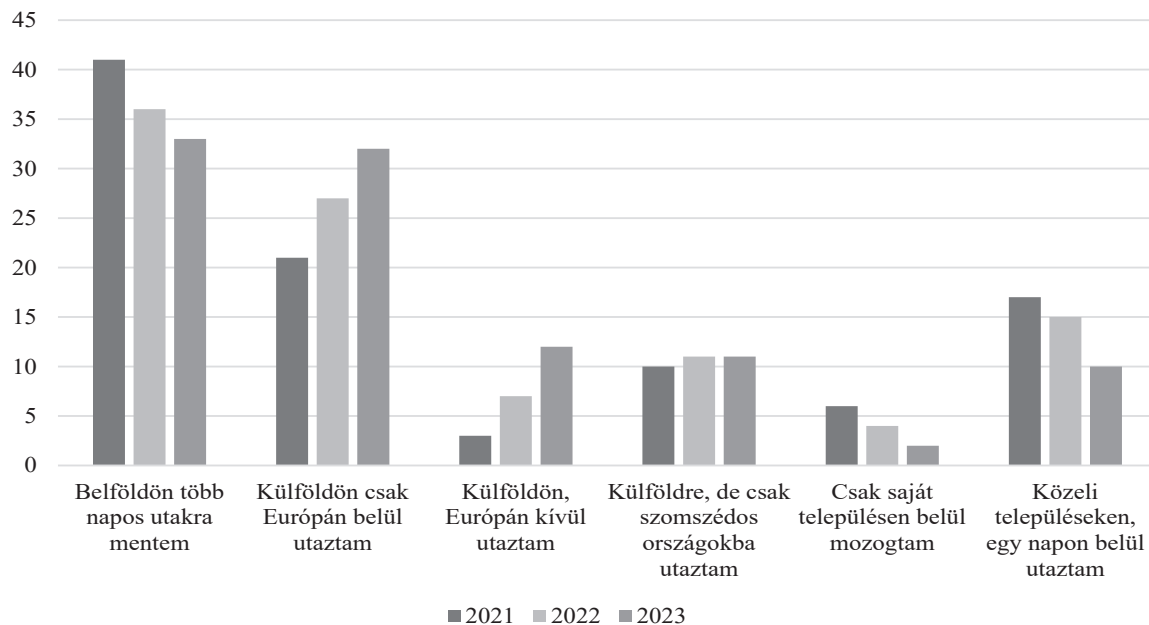
Felmérésünk első részében általános utazási szokásokról érdeklődtünk mindkét évre vonatkozóan (2021-ben, illetve 2022-ben megvalósult utazásokról részletesen), amelyben rákérdeztünk az utazások gyakoriságára, szezonális megoszlására, irányára – külön külföldi és belföldi vonatkozásban – és a desztinációválasztásra. Továbbá részletesen rákérdeztünk az utazások szervezettségére, a választott közlekedési eszközökre, a szálláshelyekre, az utastársakra, a költség nagyságára, az utazással való elégedettség mértékére, a foglalások időzítésére és kiemelten a motivációk alakulására, változására. Külön érdeklődtünk a 2023. évi utazási terveikről, kevésbé részletesen, mint a már megvalósult utazásoknál, mivel a bizonytalan, kiszámíthatatlan jövőbeni helyzetből adódóan nem tartottuk reálisnak a részletinformációkra történő rákérdezést.

Mindezek alapján a következő megállapításokat tehetjük az általános utazási szokásokra vonatkozóan. A vizsgált időszakban a kitöltőink jelentős hányada egyáltalán nem utazott (20%-25% közötti értékkel), amely hiány észrevehetően megmutatkozott a turisztikai szolgáltatóknál. 2021-ben leginkább a járványhelyzet alakulása tartotta vissza a fogyasztókat az utazástól (30%-ot), de jelentős arányt képviselt az egyén bizonytalan pénzügyi helyzete (25%), valamint a mással tölti a szabadidejét (18%) és a növekvő árszínvonal (13%) kategória is. 2022-ben, és még markánsabban a 2023-as tervekre vonatkozóan, meghatározó visszatartó erővé válik az egyén és a külső makrokörnyezet gazdasági bizonytalansága (22%), az egyén pénzügyi helyzete (23%) és a növekvő energiaárak, infláció (10%), illetve továbbra is jelentős arányú marad a mással töltöm a szabadidőmet (12%) kategória.

Az utazások gyakoriságát illetően a megkérdezetteknél 2021-ben és 2022-ben is az évi 3-4-szeri utazás volt a leggyakoribb (35%), de 2022-ben az előző évhez képest jelentősen növekedett az évi 5-6-szori utazás aránya (20%). A 2023-ra tervezett utazásoknál azonban az évi mindössze 1-2-szeri utazás aránya (40%) volt kiemelkedő, és ezek között is az Európán kívüli úti célok jelölése volt gyakori.

1. ábra

## Az utazások célirányai 2021-2023-ban, %



Forrás: saját szerkesztés

Felmérésünk fókuszát képezte az utazási desztináció kiválasztásának kérdésköre. Az 1. ábrán jól látható, hogy míg a pandémia utáni évben a kitöltők leginkább belföldi, többnapos utazásokat választottak (41%), és a nagyfokú bizonytalanság miatt kerültek a külföldi (leginkább Európán kívüli) desztinációk meglátogatását, addig 2022-ben és 2023-ban a belföldi desztinációk iránti érdeklődés csökkenő tendenciát mutat (36 és 33%). Ezzel együtt látható a külföldi desztinációk iránti kereslet évről évre történő élénkítése leginkább Európán belüli úti célok esetében (rendre 21%, 27% és 32%), de az Európán kívüli desztinációk meglátogatása iránti vágy is megnövekedett, különösen a 2023-as évre vonatkozóan (4%, 6%, 13%).

A pandémia évei hosszútávra is ható nyomokat hagytak a fogyasztókban, a testi, lelki és mentális egészségmegőrzés igénye, amit továbbra is előtérbe helyeznek utazási döntéseik kialakítása során, a vizsgált időszak alatt mindvégig erős maradt. 2021-ben az utazások legkedveltebb régiója kitöltőink körében a Balaton volt (30%), ami a további két évben is kedvelt volt, bár csökkenő érdeklődést tapasztalunk Budapestről és környékéről (27% és 25%). Hasonlókat tapasztalunk Budapest és környéke tekintetében is (20%, 20%, 15%). Észak-Magyarország (Eger és Miskolc környéke) minden vizsgált évben tartotta stabil pozícióját a Balaton és Budapest térsége mellett. Közvetlenül a pandémiát követő évekhez

képeket 2023-ra vonatkozóan a Nyugat-Dunántúl, a Dél-Dunántúl és a Tisza-tó térségében várható keresletnövekedés.

A 2021-es évet jellemző visszafogott utazási hajlandóság és a biztonságosnak vélt vidéki úti cél választások után 2022-ben tértek vissza a hazai lakosok a világvjárvány előtti turisztikai termékválasztási szokásaikhoz, azaz újból megnőtt a városnézések, a kalandszerzések, az új kultúrák és emberek megismerése iránti vágy.

A szálláshelyadataink vizsgálatát követően megállapítottuk, hogy utazóink 25%-a szállodát, 20%-a pedig apartmant választ szálláshelyül. Jelentősebb átrendeződés volt megfigyelhető néhány további szállástípusnál: 2021-ben a saját nyaralóban, illetve a rokonoknál, barátoknál történő éjszakázás volt a népszerűbb, míg 2022-ben újra felélénkült az Airbnb szektor, és a panziók jóval kedveltebbek lettek a nagyobb méretű szállodáknál. Ennek valószínűsíthetően egészségügyi és gazdasági okai is lehetnek.

2023-ra vonatkozóan ellentmondásos eredményeink születtek. A kitöltők 15%-a 2022 végén még nem tudta, hogy fog-e utazni 2023-ban. Azok viszont, akik utazni szeretnének 2023-ban, nemcsak belföldi, illetve szomszédos országokat és más, közeli európai úti célokat, hanem már Európán kívüli desztinációkat is szívesen megcéloznának. Ahogy a járványhelyzet javult 2021. és 2022. években, úgy

lettek egyre merészebbek a fogyasztók, és vágtak neki előbb a közeli, belföldi desztinációknak, aztán az egyre távolabbiaknak is, illetve eddig ismeretlen és kevésbé népszerű hazai úti célokat is felkerestek (42% és 33% között). Az átoltottsági szint növekedésével már külföldre is merészebben indultak el, először főként a szomszédos (10%) és európai országokban keresve regenerálódási lehetőségeket (32%), 2023-ra viszont már Európán kívülre is többen terveztek utazni (13%).

A kitöltőink bátran jelölték meg céldesztinációkat 2023-as terveikre vonatkozóan (2. ábra). Amennyiben a külső környezeti tényezők lehetővé teszik, legszívesebben Olaszországba (16%) utaznának ebben az évben, de szintén dobogós helyen szerepel preferencialistájukban a biztonságosnak vélt Spanyolország (12%) és Ausztria (11%), valamint töretlen érdeklődés tapasztalható a szomszédos Horvátország nyaralóhelyei iránt is (10%). Kisebb gyakorisággal ugyan, de alanyaink Európa valamennyi országát megjelölték céldesztinációként, továbbá az Európán kívüli országok is helyet kaptak felsorolásaikban, úgymint az Egyesült Államok, Kanada, Argentína, Ausztrália,

Egyiptom, Thaiföld, Indonézia vagy például Szaúd-Arábia.

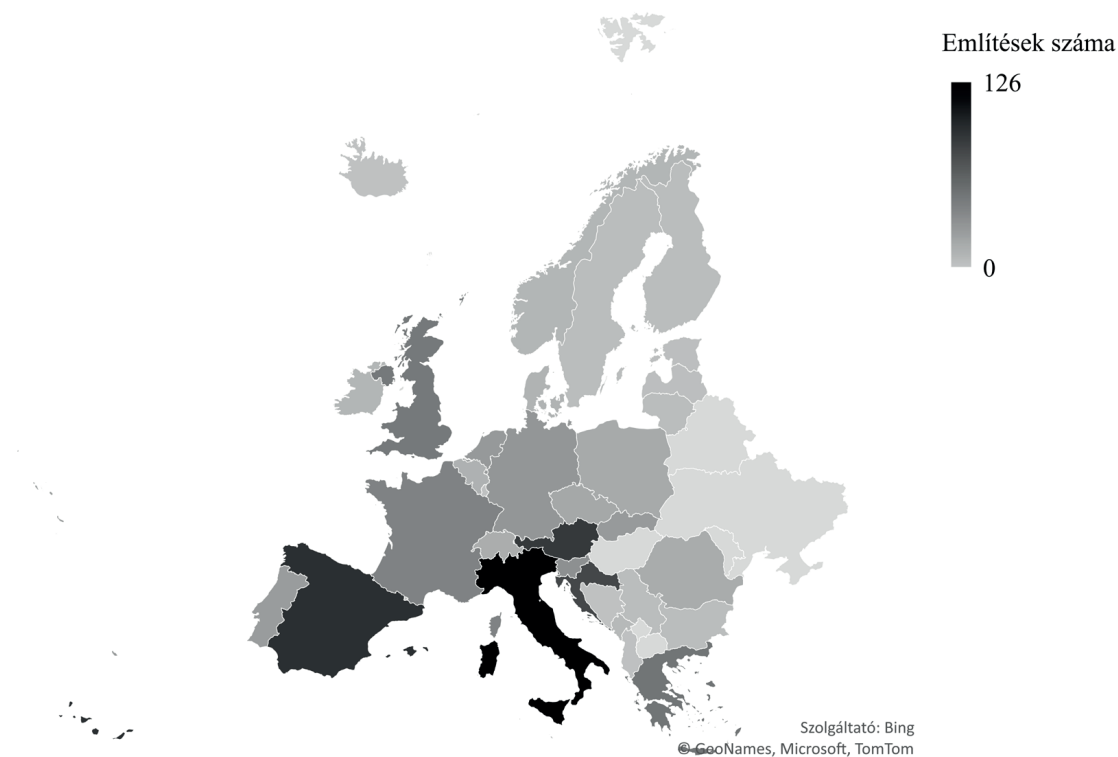
### 4.3 TURISZTIKAI ÉS MOBILITÁSI SZOKÁSOK VÁLTOZÁSA A PANDÉMIA ALATT ÉS UTÁN – KÖZLEKEDÉSI MÓDOK

Felmérésünkben megvizsgáltuk az utazáskor igénybe vett közlekedési eszközök szerepét is. Megállapítottuk, hogy 2021-ben, amíg a járványhelyzet rosszabb volt, legtöbben (44%) inkább saját személygépkocsival közlekedtek, miközben jelentősen megnőtt a kerékpárt igénybe vevők aránya (6%), és nagymértékben csökkent a légi közlekedés aránya (15%), ugyanakkor 2022-ben már kezdtek visszatérni a turisták a repülőgépes utazásokhoz (18%), illetve ezzel párhuzamosan csökkent a saját személygépkocsi (38%) és a kerékpár (4%) igénybevételének aránya. Figyelemre méltó, hogy a vonat és az autóbusz szerepe a vizsgált években jelentős maradt, 2022-ben a vonat közel 20%-os, az autóbusz pedig 15%-os aránnyal részesedett a közlekedési eszközök közül.

A személygépkocsi mellett 2021-ben és 2022-ben is a vonat volt a leggyakrabban választott közleke-

2. ábra

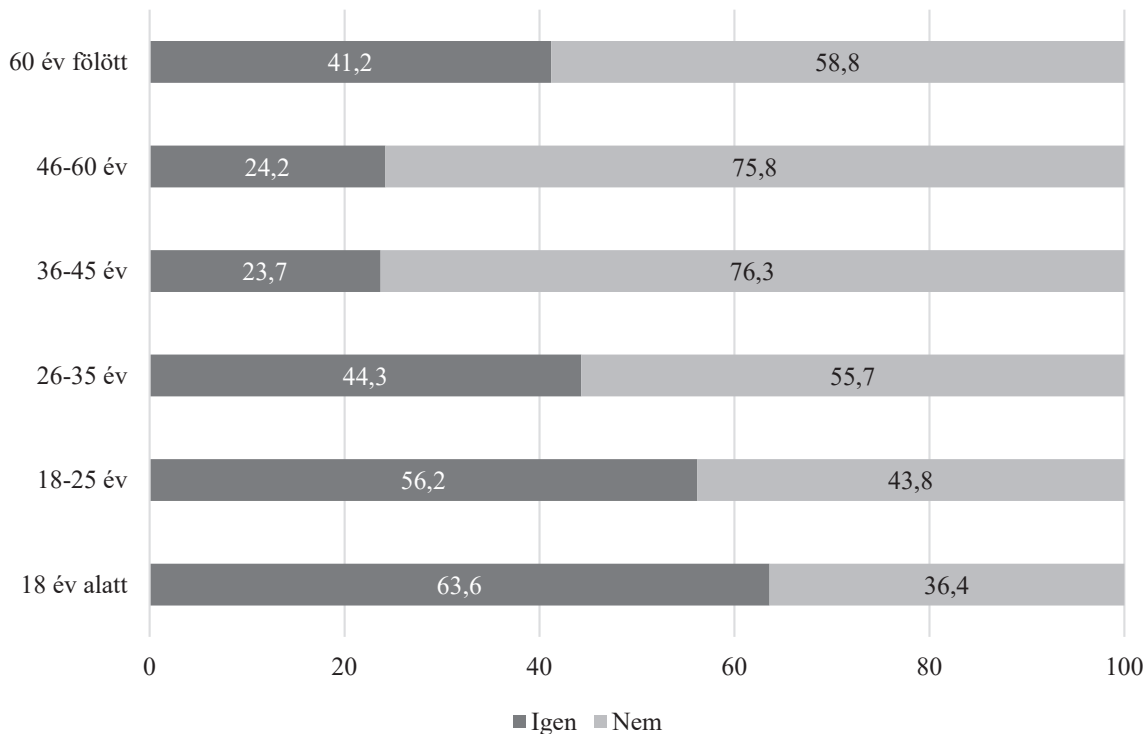
A 2023-ra tervezett európai úti célok



Forrás: saját szerkesztés

3. ábra

## Vonat igénybevétele a 2022-es utazások során az egyes korcsoportokban, %



Forrás: saját szerkesztés

dési eszköz. Korcsoportonkénti bontásban a 2022-es évben ez a közlekedési mód a 25 év alatti korosztályban volt a leginkább, míg a középkorosztályban (36-45 évesek) a legkevésbé preferált (3. ábra).

A korcsoportonkénti különbségeket chí-négyzet tesztel is megvizsgáltuk. Az eredmények szerint annak valószínűsége, hogy a két ismérv között nincs kapcsolat, elhanyagolható ( $p < 0,001$ ), a  $X^2$  tesztstatisztika értéke 50,663, 5-ös szabadságfok mellett, így a nullhipotézis, amely szerint a két ismérv között nincs kapcsolat elvethető, vagyis az ismérvek között (korcsoportok és vonat, mint közlekedési eszköz igénybevétele az utazások során) kapcsolat áll fenn.

A kapcsolat erősségének mérőszámai alapján a két ismérv közötti kapcsolat gyenge-közepes erősségű (1. táblázat).

2021-ben válaszadóink közül leggyakrabban a középkorosztály (72%), illetve a 18 év alatti fiatalok (71%) választották a személyautót utazásaik során, míg legkevésbé a 25-36 éves korosztály. Az arányokat tekintve azonban nem mutatkozik szignifikáns különbség a korcsoportok között. Annak valószínűsége, hogy nincs kapcsolat  $p = 0,211$  ( $X^2 = 7,127$ , szf.: 5), azaz a nullhipotézis (nincs kapcsolat) nem vethető el. Légi közlekedést 2021-ben leginkább a 46-60 év közöttiek vettek igénybe, míg 2022-ben a 25 év alattiak választották nagyobb arányban

1. táblázat

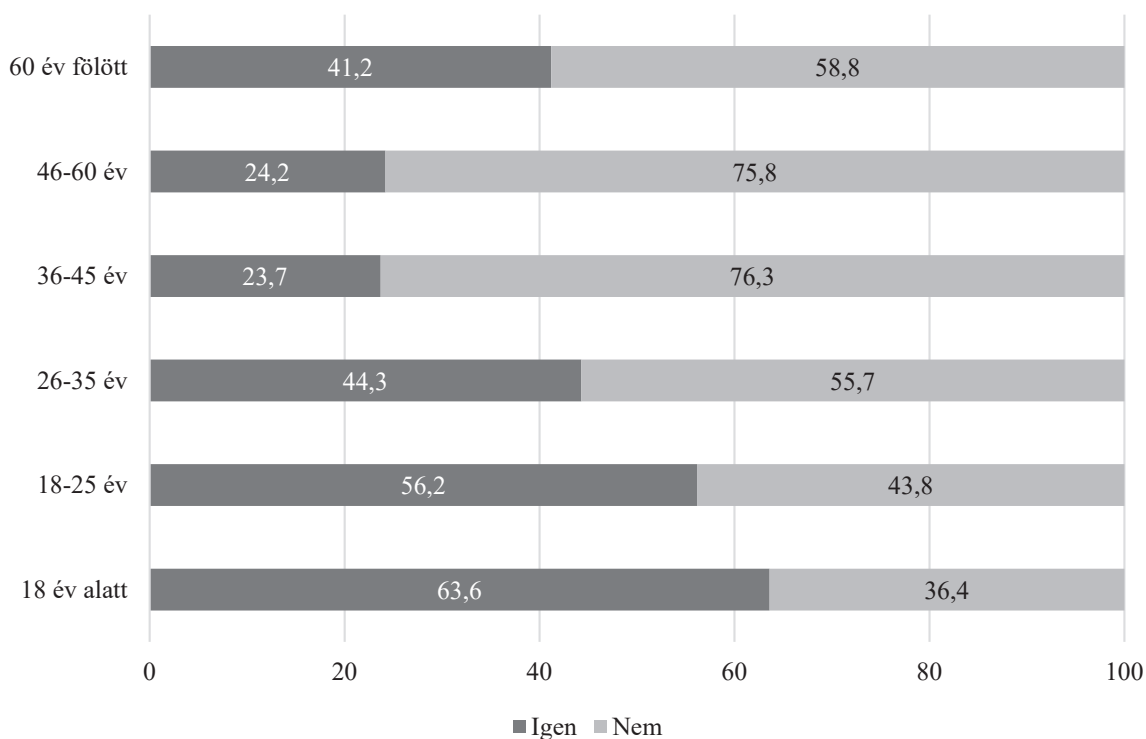
## Az életkor és a vonat mint közlekedési eszköz igénybevétele közötti kapcsolat erősségének mérőszámai

		Érték	Hozzávetőleges szignifikancia
Nominális mutatók	Chí-négyzet	0,309	<0,001
	Cramer's V	0,309	<0,001
	Kontingencia koefficiens	0,295	<0,001
Érvényes esetek száma (fő)		531	

Forrás: saját szerkesztés



Autóbusz igénybevétele a 2022-es utazások során az egyes korcsoportokban, %



Forrás: saját szerkesztés

az utazásnak ezt a módját. A 2022-es adatok alapján a korcsoportok között szignifikáns különbség mutatkozik ( $p=0,008$ ,  $X^2=15,525$ , szf.: 5).

Szintén szignifikáns különbséget találtunk a korcsoportok között az autóbusz igénybevétele arányokat tekintve ( $p<0,001$ ,  $X^2=59,159$ , szf.: 5) (4. ábra). Autóbuszt különösen a fiatalabbak, a 25 év alattiak, és a 60 év felettiak vették igénybe 2022-es utazásaik során.

A korcsoportok között nem találtunk szignifikáns különbséget a kerékpár használati arányait tekintve ( $p=0,737$ ,  $X^2=2,761$ , szf.: 5). Zárásul a hajó, mint közlekedési eszköz korcsoportok szerinti igénybevétele arányait is megvizsgáltuk. A mintában a hajó, mint közlekedési eszköz igénybevétele igen alacsony volt, ám korcsoportok szerint vizsgálva szignifikáns különbség adódott ( $p=0,037$ ,  $X^2=11,848$ , szf.: 5). Hajót leginkább a fiatal felnőttek (25 év alattiak) vették igénybe 2022-es utazásaik során.

## 5. Összefoglalás

Kutatásunkban arra voltunk kíváncsiak, hogy a hazai lakosság körében a 2020-tól oly fontossá vált egészségbiztonsági és makrogazdasági körülmények milyen hatást gyakorolnak a lakosság moti-

vációira és utazási döntéseire az úti cél és a közlekedési eszköz kiválasztásának vonatkozásában. Felmérésünk azt mutatja, hogy míg 2021-ben az összes utazás közel 30%-át átalakította a járványhelyzet, addig 2022-ben ez az arány a felére esett vissza. Azaz, az utazásoknak már csak közel 15%-ára volt hatással a járványhelyzet, és fogyasztói szokásaink a pandémiát megelőző időszak szokásaihoz közelítettek. A belföldi desztinációk iránti keresletnövekedés csökken, és helyét a külföldi, de biztonságosnak vélt desztinációk veszik át. A szeparációs lehetőségeket kínáló személygépkocsi és kerékpáros közlekedés iránti kereslet is csökken az évek előrehaladásával. A légi közlekedés esetében látható újabb keresletnövekedés, bár a járvány előtti szintet még nem érte el. Ezzel párhuzamosan alakult fogyasztóink utazásokkal való elégedettségi szintje, ami 2021-ben az 1-től 10-ig terjedő Likert-skálán még leginkább 4-től 8-ig terjedt, 2022-ben azonban már inkább a 7-től 10-ig terjedő intervallumban mozgott. Azaz, minél kevésbé kényszerültek átalakítani eltervezett, vágyott utazásaikat a fogyasztók, annál magasabb volt az utazásuk egészével való elégedettségi szintjük.

Kutatásunk végén kis kitekintést tettünk, és felmértük alanyaink 2023-ra vonatkozó utazási

terveit, lehetőségeit. Sajnos itt szükséges volt megvizsgálnunk a 2022. évtől kibontakozó háborús és gazdasági helyzet utazásokra gyakorolt hatását is, mivel az év második felétől már egyre több vásárló számára vált érzékelhetővé az energiakrízis és a rezsiválság, ami átvette az egészségügyi és járványhelyzet korábbi domináns szerepét a fogyasztói magatartás befolyásolása terén. Ennek tükrében a fogyasztók már korántsem a pandémiával és a higiéniai helyzettel foglalkoztak utazásaik megtervezésekor, hanem jóval inkább az energiaárak és az infláció alakulásával, ami saját pénzügyi lehetőségeiket, és ezáltal szabadidős turisztikai utazásaikat is jelentősen befolyásolta. Így gazdasági korlátaik függvényében a 2022. év elején tervezetthez képest jóval szerényebbre és takarékosabbra kellett venniük utazási elképzeléseiket, kereteiket.

Fogyasztóink igen érzékenyen reagálnak a jelenlegi makrogazdasági helyzetre, ahol elsősorban nem a háború vagy a járvány befolyásolja a fogyasztók magatartását és utazási szokásait, hanem saját pénzügyi korlátaik és lehetőségeik beszűkülése, ami bár kihathat jövőbeni utazásaik megvalósítására, utazási vágyaik nem csökkennek és a 2023-as évre vonatkozóan is bátran mernek tervezni és alkalom adtán utazni. Összességében megállapíthatjuk, hogy a hazai turisztikai fogyasztók magatartása és utazási szokásai a desztináció- és közlekedési eszköz választás tekintetében visszatérni látszik a pandémia előtti jellemzőihez. A desztinációmenedzsment- és a desztinációmárketing-szervezeteknek erre érdemes készülniük, az üzletmenetük reziliens módon történő alakítása és a fenntartható vagy regeneratív turizmus kialakítása érdekében tett komolyabb lépések mellett.

A jelen tanulmányban ismertetett kutatási eredmények azt szemléltették, hogy az eddigi évek vonatkozásában, és feltételezhetően a jövőben is, az említett negatív hatások csupán időszakosan rendezik át a fogyasztók utazási szokásait. A fenti eredményekből kiindulva a további kutatások célja annak vizsgálata, hogy az eredeti utazási volumen visszarendeződésével együtt történt-e minőségbeli változás az utazási döntésben, például felelősségi és fenntarthatósági szempontok figyelembevételével.

## Felhasznált irodalom

- ANGHEL, V. – JONES, E. (2022): Is Europe Really Forged Through Crisis? Pandemic EU and the Russia-Ukraine War. *Journal of European Public Policy*. 30(4). <https://doi.org/10.1080/13501763.2022.2140820>
- BEHRINGER ZS. – HINEK M. – TEVELY T. (2022): Biztonság és higiéné, mint a

legfontosabb hívószavak – Szabadidős utazások kompromisszumokkal a világjárvány alatt. *V. Zalaegerszegi Egészségturizmus Konferencia*. Konferenciakötet. pp. 21–34.

CSÓKA L. – PAIC R. – PRISZTÓKA GY. – VARGÁNÉ SZ. K. – VARGA T. – MARTON G. (2021): A hazai utazási szokások változásai a koronavírus-járvány hatására. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 6(4). pp. 16–27.

ERNSZT I. – MARTON ZS. – TÓTH D. (2022): Szárnyalás és zuhanórepülés. A légi közlekedés és a koronavírus-járvány. In: Michalkó G. – Németh J. – Birkner Z. (szerk.): *Turizmusbiztonság, járvány, geopolitika*. Bay Zoltán Alkalmazott Kutatási Közhasznú Nonprofit Kft, Budapest. pp. 53–70.

FOTIADIS, A. – POLYZOS, S. – HUAN, T. C. T. (2021): The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. *Annals of Tourism Research*. 87. 103117. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103117>

FUSTÉ-FORNÉ, F. – MICHAEL, N. (2020): Limited Tourism: Travel Bubbles for a Sustainable Future. *Journal of Sustainable Tourism*. 31(1). pp. 73–90. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1954654>

GONDA T. (2022): Turizmus és reziliencia. *Turizmus Bulletin*. 22(2). pp. 27–36. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n2.3>

HALL, C. M. – SCOTT, D. – GÖSSLING, S. (2020): Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*. 22(3). pp. 577–598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>

IANQUITO, B. L. (2020): Tourist as Vector: Viral Mobilities of COVID-19. *Dialogues in Human Geography*. 10(2). pp. 174–177. <https://doi.org/10.1177/2043820620934250>

KARL, M. (2018): Risk and Uncertainty in Travel Decision-Making: Tourist and Destination Perspective. *Journal of Travel Research*. 57(1). pp. 129–146.

KÖKÉNY L. – KENESEI ZS. (2022): A Covid19-pandémia jelentette félelmek hatása a nyaralás tervezése során felmerülő kockázateszlelésre. *Turizmus Bulletin*. 22(3). pp. 4–11. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n3.1>

KUPI, M. – SZEMERÉDI, E. (2021): Impact of the COVID-19 on the destination choices of Hungarian tourists: A comparative analysis. *Sustainability*. 13(24). 13785. <https://doi.org/10.3390/su132413785>

MAURYA, P. K. – BANSAL, R. – MISHRA, A.K. (2023): Russia-Ukraine Conflict and its Impact on Global Inflation: An Event Study-Based Approach. *Journal of Economic Studies*. Ahead-

- of-print. <https://doi.org/10.1108/JES-01-2023-0003>
- MICHALKÓ G. – NÉMETH J. – BIRKNER Z. (2022): Lezárástól az újraindulásig: a COVID19 járvány hatása a magyar lakosság utazásaira és a turizmusbiztonsággal kapcsolatos percepcióira. In: Michalkó G. – Németh J. – Birkner Z. (szerk.): *Turizmusbiztonság, járvány, geopolitika*. Bay Zoltán Alkalmazott Kutatási Közhasznú Nonprofit Kft, Budapest. pp. 115–128.
- MISKOLCZI M. – BAUER B. – DÉRI A. – KOVÁCS T. (2021): Mobilitási szokások változásai a Covid19-világjárvány idején. *Turizmus Bulletin*. 21(3). pp. 24–33. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n3.3>
- NEUBURGER, L. – EGGER, R. (2021): Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: A case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*. 24(7). pp. 1003–1016. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807>
- RAFFAY Z. (2020): A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására. In: Ercsey I. (szerk.): *Marketing a digitalizáció korában*. Az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXVI. Országos konferenciájának előadásai. Széchenyi István Egyetem, Győr. pp. 347–356.
- TÖRŐCSIK M. – CSAPÓ J. (2021): A turisztikai trendek csoportosítása. In: Csapó J. – Végi Sz. (szerk.): *A globális, lokális és a globális turizmus jelenlegi szerepe és jövője elméleti és gyakorlati megközelítésben*. PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet. pp. 11–15.
- YANG, M. – HAN, C. – CUI, Y. – ZHAO, Y. (2021): COVID-19 and Mobility in Tourism Cities: A Statistical Change-Point Detection Approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 47. pp. 256–261. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.014>
- YU, L. – ZHAO, P. – TANG, J. – PANG, L. (2023): Changes in Tourist Mobility after COVID-19 Outbreaks. *Annals of Tourism Research*. 98. 103522. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103522>

### Internetes források

- KSH (2023): *A turizmus és vendéglátás fontosabb adatai 2001-2022*. [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/tur/hu/tur0001.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0001.html) Letöltve: 2023. június 18.
- KSH (2020a): *Turizmus-szatellit számlák, 2019-2020*. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/turizmszatt/2019/index.html#2019ben-tovbbvltaturisztikaikereslet> Letöltve: 2023. június 18.
- KSH (2020b): *Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2019*. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html#alakos-sgbelflditurisztikaiutazsai> Letöltve: 2023. augusztus 21.
- UNWTO (2023): *UNWTO World Tourism Barometer, Vol. 21, Issue 1*. [https://webunwto.s3.euwest-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/UNWTO\\_Barom23\\_01\\_January\\_EXCERPT.pdf?VersionId=\\_2bbK5GIwk5KrBGJZt5iNPAG-nrWoH8NB](https://webunwto.s3.euwest-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/UNWTO_Barom23_01_January_EXCERPT.pdf?VersionId=_2bbK5GIwk5KrBGJZt5iNPAG-nrWoH8NB) Letöltve: 2023. június 18.
- UNWTO (2020): *UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1?role=tab> Letöltve: 2023. június 18.