

Üzleti SzEmle

2021. május

1/5

Impresszum

kiadó: Széchenyi István Egyetem

székhelye: Győr, 9026 Egyetem tér 1.

kiadásért felelős: Dr. Dóry Tibor

szerkesztésért felelős: Dr. Szigeti Cecília

ISSN 2732-3862

ÚJRAINDULÓ TURIZMUS

Szigeti Cecília

Mindannyian bizakodunk abban, hogy a Covid 19 járvány lecsengőben van és a nemzetközi utazások is elkezdődhetnek. Fontos, hogy az utazni szeretők előtt újra kinyíljon a világ, ugyanakkor az idegenforgalomból élő emberek és vállalkozások számára is jelentős, hogy meginduljanak a nemzetközi utazások, mivel a gazdasági szektorok közül a pandémia egyik legnagyobb áldozata a turizmus, ahol a kilátások továbbra is bizonytalanok. Az Üzleti SzEmle [májusi számában](#) arra vállalkozunk, hogy sokszínű megközelítésben a turizmus helyzetét, kihívásait és a várható jövőbeli tendenciákat mutatjuk be, információkkal, elemzésekkel támogatva a hazai piaci szereplőket a döntéseik meghozatalában.

Az egyik cikkben megdöbbenő adatot olvashatunk: az ENSZ Turisztikai Világszervezetének (UN World Tourism Organization) jelentése szerint, 2020 első tíz hónapjában bekövetkezett visszaesés 900 millióval kevesebb nemzetközi turistaérkezést jelent a 2019 azonos időszakához képest. Ennek tapasztalatai alapján, számos ország a COVID-19 utáni, ellenállóbb turisztikai gazdaság kiépítése érdekében dolgoz ki intézkedéseket. Ide tartozik a turizmus fenntartható fellendülésének támogatására irányuló tervek elkészítése, a digitális átmenet elősegítése és a zöldebb turisztikai rendszerre való áttérés elősegítése, valamint a turizmus újragondolása a jövő számára. Az egyik összegzés bemutatja az Európai Parlament 2021. március 3-án elfogadott Jelentését, amely a fenntartható turizmusra vonatkozó uniós stratégia létrehozásáról szól. A dokumentum 14 pontban foglalja össze a COVID-19 hatásainak kezelésére irányuló terveket és 23 pontban a turisztikai ágazat újragondolásának tényezőit. A járvány helyzet rávilágított arra, hogy a közös gondolkodásnak és a közös probléma megoldásnak fontos szerepe van és EU-ban, így a jövőben erre nagyobb hangsúlyt kívánnak fektetni.

Izgalmas kitekintést olvashatunk a kínai turizmusról is: a McKinsey a koronavírus válság kitörése óta nyomon követte az utazók hangulatát Kínában. A legutóbbi, januárban végzett felmérés azt mutatta, hogy – bár a kínai járványhelyzet egyelőre kedvezően alakul, de ennek ellenére a kínai turizmust csupán részleges és ingadozó fellendülés jellemzi. Az időleges kudarcok meggátolhatják a prepandémiás szintre való visszatérést.

A 2021-es fesztiválszezonnal kapcsolatban jelenleg még mindig nagy a bizonytalanság. Emiatt a legnagyobb rendezvények szervezői közül többen úgy döntöttek, hogy az idei esemény is elmarad. Az egyik tanulmányban arra vállalkozik a szerző, hogy bemutassa, mekkora az emiatt kieső gazdasági teljesítmény, vagyis mekkora a fesztiválok gazdasági hatása.

Érdekes cikkeket olvashatunk még többek közt a cégátadás – cégeladás kérdésről, a szerbiai hegyvidéki turizmus fejlesztéséről és az AirBnB helyzetéről is. Az egyik tanulmány bemutatja a Menedzsment Campus új, [MC Working Papers](#) sorozatában megjelent elemzést a magyarországi sharing economy platformokról.

HOGYAN UTAZZUNK A COVID JÁRVÁNY UTÁN?

ABLONCZYNÉ MIHÁLYKA LÍVIA

PhD, egyetemi tanár

Nemzetközi Tanulmányok és Kommunikáció Tanszék

ablne@sze.hu

Kulcsszavak: Covid 19, utazási tanácsadás, védőoltások, légi utazás, utazási biztosítás

2021 májusában már mindannyian bizakodunk abban, hogy a Covid 19 járvány lecsengőben van és a nemzetközi utazások is elkezdődhetnek. Fontos, hogy az utazni szeretők előtt újra kinyíljon a világ, ugyanakkor az idegenforgalomból élő emberek és vállalkozások számára 'életmentő', hogy meginduljanak a nemzetközi utazások. A járvány egyik nagy vesztese a turizmus szektor, ami „*hatalmas veszteséget könyvelt el: a 2020. évben az előző évi teljes bevétel 40%-át érték csak el, és mivel a krízis 2020 decemberéig folytatódott, a becsült visszaesés 80%-ra nőtt*” – állítja a cikk szerzője, Felkai Gábor, a Debreceni Egyetem, Egészségtudományi Kar címzetes docense.

Utazzunk külföldre vagy maradjunk itthon? Sok embert foglalkoztat a kérdés, mert mindenki tisztában van azzal, hogy az utazás már nem lesz olyan, mint a járvány előtt volt. Ismert tény, hogy a Covid járványt a nemzetközi utazás tette világjárvánnyá. „*Elfeleedtük a nagy tanulságot: a járványokat mindenkor az embertömegek mozgása terjesztette*”. Nem kell történelemből ismert történéseket felidézni, elég, ha az elmúlt 15 évre gondolunk: 1996/AIDS, 2002/SARS, 2003/ madárinfluenza, 2009/sertésinfluenza (H1N1), 2015/MERS, 2016/Zika vírus és el is érkezünk 2019-hez: Covid járvány.

A fenti kérdésre a válasz: utazzunk! A szerző javaslatokat fogalmaz meg a külföldi utazásokra vonatkozóan, és hangsúlyozza, hogy „*újra kell gondolnunk az utazás során az egészségünket védő és az utazással együtt járó betegségek megelőzésére szolgáló módszereket és taktikákat*”. Kutatása során felmérésre kerültek a nemzetközi szakirodalom és a szakma szabályai szerinti utazási tanácsadási módszerek, továbbá megvizsgálta, hogy ezek hogyan adaptálhatók a megváltozott utazási feltételekhez. A szerző javaslatai röviden összefoglalva:

- Az utazóknak igénybe kell venni az utazás előtti tanácsadást és a vakcinációt.
- Az utazás előtti tanácsadás során célszerű utánanézni, hogy az utazás célországánál milyen aktuális előírások és korlátozások vannak érvényben.
- A háziorvosnak fel kell mérni az utazó saját kockázatait: az életkort, az esetlegesen meglévő betegségeket és az utazó magatartásbeli attitűdjeit.
- Kiemelkedő kockázati tényező a nemzetközi utazás esetében is az igénybevett jármű, ami ebben az esetben a repülőgépet jelenti többnyire.
- A repülőársaságoknak újra kell gondolni az eddigi üzemanyag takarékoságot célzó megoldásaikat, mint például az utastérben a takarékos szellőztetés szokása és/vagy minél több utas egy járatgépre való besúfolása.
- A repülőgépen szájmaszkot kell viselni és be kell tartani a szociális távolságot.
- A csomagok saját kezelése előírás legyen a csomagfelvételnél.

- Minden utazónál legyen elég szájmascsk, torokfertőtlenítő folyadék és fertőtlenítő kendő.
- A szállodákban is elővigyázatosnak kell lenni: a fürdőszoba tárgyait és az ágyak környékét (lámpa, kilincs, távirányító, fogas stb.) az utazó maga fertőtlenítse újra (bár a hotelszobákban a fertőtlenítést és a takarítást a járvány lecsengése után nyilvánvalóan fokozott gondossággal végzik majd).
- Bizonyos desztinációk esetében különféle rizikófaktorok vannak, mint például ital- és ételfogyasztás. Az utazó legyen óvatos, mivel az utazás alatti megbetegedések felét a romlott ételek, illetve a fertőzött ívóvíz okozza. Ne felejtsük el a *4F szabályt* (főleg ha trópusi országokba utazunk): *főzd meg, forrald fel, fejtsd le a héját, vagy felejtsd el!*
- Utasbiztosítás megkötése elengedhetetlen, fontosabb, mint a múltban bármikor. Új típusú biztosítási terméket keressünk (Covid esetén kezelés, karantén költségei, stb.)

A cikk kitér az utazási ipar szereplőinek a felelősségére is: meg kell találni az egyensúlyt a jövedelmezőség és az elszabadult tömegturizmus ártalmi között, illetve az utóbbiakat a minimálisra szükséges csökkenteni.

Forrás: TURIZMUS BULLETIN XXI. évfolyam, 1. szám (2021)

DOI: 10.14267/TURBULL.2021v21n1.5

A TURIZMUS „RE-STARTJÁRÓL” ÁLTALÁNOSAN

BERKES JUDIT

PhD, egyetemi adjunktus

KGYK, Gazdasági Elemzések Tanszék

berkes.judit@sze.hu

A gazdasági szektorok közül a pandémia egyik legnagyobb áldozata a turizmus, ahol a kilátások továbbra is nagyon bizonytalanok. A koronavírus (COVID-19) járvány ezt a szektort továbbra is erősen sújtja; a nemzetközi turizmusforgalom 2020-ban átlagosan 80%-kal csökkent. A belföldi turizmus – bár hektikus működése – legalább részben hozzájárul a válság enyhítéséhez, valamint a nemzetek kormányai próbálnak lépéseket tenni a helyreállítás és az újra-aktiválás érdekében, miközben védeni próbálják a munkahelyeket, és a vállalkozásokat. Számos ország a COVID-19 utáni, ellenállóbb turisztikai gazdaság kiépítése érdekében dolgoz ki intézkedéseket. Ide tartozik a turizmus fenntartható fellendülésének támogatására irányuló tervek elkészítése, a digitális átmenet elősegítése és a zöldebb turisztikai rendszerre való áttérés elősegítése, valamint a turizmus újragondolása a jövő számára.

Kulcsszavak: turizmus, újraindulás, pandémia, jövő, utazás

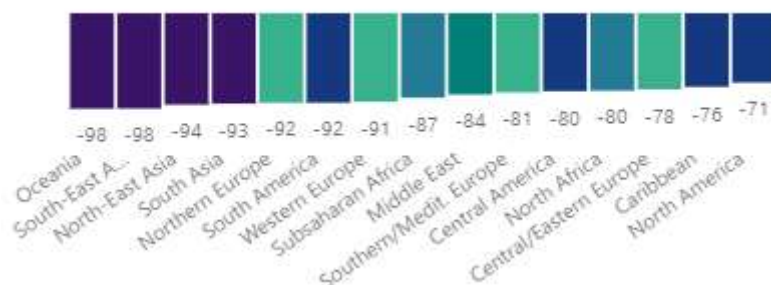
Forrás: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>

<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/rebuilding-tourism-for-the-future-covid-19-policy-responses-and-recovery-bced9859/>

A Turisztikai Világszervezet (UNWTO) továbbra is szorosabb koordinációt követel meg az országok között az utazási szokásokról annak érdekében, hogy biztosítsa a turizmus újratekintését és megakadályozza az ipar további hatalmas veszteségeinek újabb évét.

2021-ben is jól látható a COVID-19 járvány globális turizmusra gyakorolt katasztrofális hatása, az UNWTO új statisztikái szerint a nemzetközi turistaforgalom 87% -kal csökkentek idén januárban az előző év azonos időszakához képest.

YTD change by subregion (%)

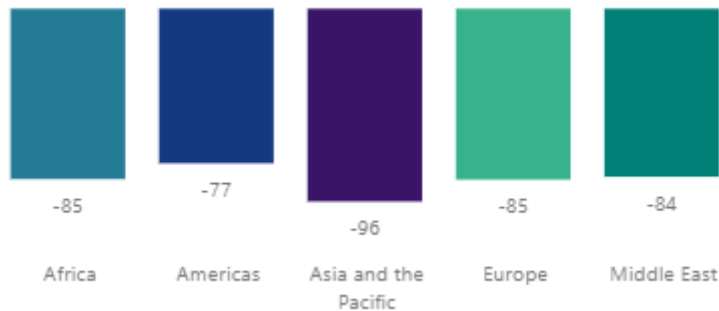


Az UNWTO World Tourism Barometer legújabb kiadványa szerint az év első hónapjában jelentősen csökkentek a turisták a világ összes régiójában. A kötelező tesztelés, a karantén (önkéntes és kötelező), illetve az időnkénti teljes határlezárások erősen befolyásolják a nemzetközi utazások helyreállításának folyamatát. Ezenkívül a lakosság beoltásának

programjai nem zajlanak olyan gyorsan, mint várták, ami további késéseket okoz a turizmus újraindításában.

Az UNWTO Sajtóközleményében rámutatott arra, hogy január folyamán Ázsiában és a csendes-óceáni régiókban csökkent a legnagyobb arányban (96 százalékkal) a nemzetközi utasforgalom a jelenleg érvényes utazási korlátozások miatt.

YTD change by region (%)



Hasonlóképpen Európában és Afrikában 85 százalékkal csökkent a beutazók száma, míg a Közel-Keleten 84 százalékos visszaesést regisztráltak. Továbbá Észak- és Dél-Amerikában a nemzetközi beutazások 77 százalékkal csökkentek.

„2020 volt a legrosszabb év a turizmusban. Az országok közötti jobb koordináció, valamint a harmonizált utazási és egészségügyi protokollok elengedhetetlenek a turizmus iránti bizalom helyreállításához, melyek lehetővé teszik a nemzetközi utazások biztonságos folytatását az északi féltekén a nyári csúcspont előtt.” – nyilatkozta Zurab Pololikashvili, az UNWTO főtitkára a turizmus jelenlegi helyzetéről.

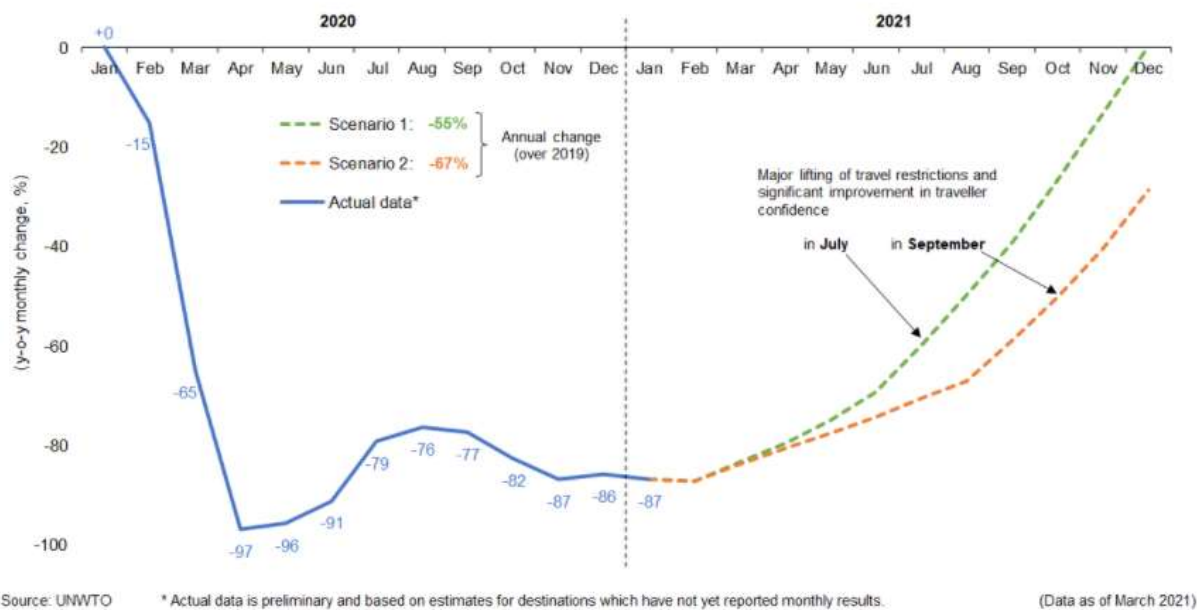
A jelenlegi ismert tendenciák alapján az UNWTO arra számít, hogy a nemzetközi forgalom 2021 első négy hónapjában mintegy 85 százalékkal csökkennek 2019 azonos időszakához képest, ami mintegy 260 millió nemzetközi forgalomban bekövetkező veszteséget jelent a pandémiát megelőző időszakhoz képest.

Az UNWTO a nemzetközi utazások 2021 második felében történő helyreállításával kapcsolatban már két forgatókönyvet vázolt fel. A forgatókönyvek számos tényezőt figyelembe vesznek, különösen az utazási korlátozások feloldását, a sikeres oltási rendszereket, valamint az Európai Bizottság által létrehozott közös digitális zöld tanúsítványt („útlevelet”).

Az első forgatókönyv egy júliusi fellendülésre utal, amely 2021-ben 66 százalékos növekedést serkentene a 2020-as minden idők legalacsonyabb szintjéhez képest. A forgalom azonban továbbra is 55 százalékkal maradna el a 2019-ben regisztrált adatoktól.

A második forgatókönyv egy szeptemberi esetleges fellendülést becsült, amelynek eredményeként a nemzetközi beutazások száma 22 százalékkal nőhetne az előző évhez képest.

International Tourist Arrivals in 2020 and Scenarios for 2021 (y-o-y monthly change, %)



Abban az OECD (és az UNWTO is) egyetért, hogy valódi fellendülés azonban csak akkor lehetséges, ha visszatér a nemzetközi turizmus. Ehhez globális együttműködésre és kidolgozott megoldásokra van szükség, így az utazási korlátozások biztonságosan – és fokozatosan – feloldhatók.

Az idegenforgalmi ökoszisztéma vállalkozásainak válsága folyamatosan fennáll, többnyire állami támogatás nélkül kell megküzdeniük a krízissel, és bár a kormányok tettek lépéseket az idegenforgalom válságának enyhítésére, valamint a munkahelyek elvesztésének minimalizálása és a fellendülés érdekében, 2021-ben és később is, még ennél is többet kell tenni. Az OECD szerint a legfontosabb politikai prioritások a következők:

- Az utazók bizalmának helyreállítása
- A turisztikai vállalkozások támogatása az alkalmazkodáshoz és a túléléshez
- A belföldi turizmus támogatása és a nemzetközi turizmus biztonságos visszatérésének támogatása
- Világos tájékoztatás az utazók és a vállalkozások számára, valamint a bizonytalanság korlátozása (amennyire lehetséges)
- Hatékony intézkedések az ágazat kapacitásának fenntartása és a támogatások hiányosságainak kezelése érdekében
- Az együttműködés megerősítése az országokon belül és azok között
- Rugalmasabb, fenntartható turizmus kiépítése

Bár rugalmas politikai megoldásokra van szükség ahhoz, hogy az idegenforgalmi gazdaság rövid és középtávon együtt élhessen a vírussal, fontos ezen túlmenni, és lépéseket tenni a válságból való tanulás érdekében, amely rávilágított a kormányzati, az ipari felkészültség és a

reakciók, kapacitások hiányosságaira. A kormányok és a magánszektor közötti koordinált fellépés elengedhetetlen.

A válság lehetőséget kínál a turizmus jövőbeli átgondolására. A turizmus válaszút előtt áll, és a ma bevezetett intézkedések alakítják a holnap turizmusát. A kormányoknak figyelembe kell venniük a válság hosszabb távú következményeit, miközben kamatoztatniuk kell a digitalizációt, támogatniuk kell az alacsony szén-dioxid-kibocsátású átállást, és elő kell mozdítaniuk az erősebb, fenntarthatóbb és ellenállóbb turisztikai gazdaság kiépítéséhez szükséges strukturális átalakulást.

A SHARING ECONOMY KITERJEDÉSE MAGYARORSZÁGON

IMRE GABRIELLA

PhD, egyetemi adjunktus

Nemzetközi és Elméleti Gazdaságtan Tanszék

imre.gabriella@sze.hu

Az utóbbi évtizedben egyre nagyobb teret hódított a sharing economy (megosztás alapú gazdaság), amely az internet és a mobil technológiák által kínált lehetőségek révén gyökeresen átalakította a fogyasztói szokásokat. A szerző Owyang modelljének a hazai viszonyokra történő adaptálásával elsősorban az online üzleti sajtóban megjelent cikkek alapján mutatja be a megosztáson alapuló üzleti modell magyarországi elterjedtségét. A 2019-ben végzett kutatás eredményei szerint a sharing economy jelenségéhez hazánkban mintegy 40 online platform tevékenysége köthető, melyek öt ágazatban, a közlekedés, a termegosztás, az emberi erőforrás, a pénzügyi és a kiskereskedelmi szektor területén működnek. A közösségi gazdaság vállalatainak negyede (a legismertebbek, pl.: Bolt, Airbnb, Drivenow, Blablacar) nemzetközi hátterű, többségük azonban a 2015-2019 közötti időszakban alakult magyar tulajdonú startup vállalat. Az új üzleti modell elsősorban Budapesten terjedt el, de néhány szolgáltatás (telekocsi, lakáskiadás, közösségi irodák, futárközvetítés) révén megjelent a megyeszékhelyeken is. Magyarországon a közlekedés és az emberi erőforrás-megosztás területén terjedt a legdinamikusabban a megosztás jelensége. A **közlekedési ágazat** esetében a hosszú és a rövid távú autómegosztás mellett az elmúlt években jelentős kínálatbővülés az on-demand járműbérlet területén volt megfigyelhető: a közösségi használat az autó mellett további közlekedési eszközök esetében bizonyult üzletképes vállalati modellnek (ld.: Boatly, Blink, Lime). Az **emberi erőforrás** megosztása elsősorban a háztartási és a szakmai szolgáltatások területén jellemző. Míg a nagyobb tőkebefektetést igénylő közösségi ételkiszállítás területén elsősorban külföldi tulajdonú platformok (Wolt, Netpincer) tudtak talpon maradni, addig a jobb piacismeretet és kisebb befektetést igénylő tevékenységek (pl.: háztartási szolgáltatások, csomagszállítás, illetve az alkalmi munkák közvetítése) a magyar tulajdonú vállalatok (Neatly, ViddL, clickforwork) számára jelentettek jövedelmező üzleti lehetőséget. A **termegosztást** illetően a rövidtávú lakáskiadás területén az Airbnb egyeduralma jellemző, a munkavégzésre alkalmas terek megosztásának elterjedése azonban számos coworking vagy közösségi iroda megjelenését eredményezte a fővárosban és a vidéki nagyvárosokban egyaránt. A megosztáson alapuló gazdaság vállalatainak megjelenése a **kiskereskedelemben** részben a közvetlen értékesítési lehetőségek iránti folyamatosan növekvő társadalmi igény kialakulására, részben a költségtudatosabb és környezettudatosabb fogyasztói magatartásra vezethető vissza. (Youtyúk, Ticketswap, Veddbérbe) A sharing economy megoldások a **pénzügyi szférában** terjedtek el a legkevésbé Magyarországon, ami elsősorban a piac kis méretével, a tőkeerős befektetők hiányával, az alacsony pénzügyi kultúrával és szabályozási hiányosságokkal magyarázható. A koronavírus járvány a hagyományos üzleti modellen alapuló vállalkozásokhoz hasonlóan a közösségi gazdaság több szereplőjét is bizonytalan helyzetbe hozta. A magyarországi helyzetre vonatkozó felmérés még nem készült, azonban a nemzetközi kutatások rámutatnak, hogy a járvány negatív hatásai elsősorban a sharing economy két legjelentősebb ágazatát (közlekedési szolgáltatások, szállásszolgáltatás) érintették, ezzel egyidejűleg azonban a pandémia új üzleti lehetőségeket is

teremtett más ágazatok (pl.: az emberi erőforrás szektor) sharing economy vállalkozásai számára. (Batool és társai, 2020)

Kulcsszavak: sharing economy, közösségi gazdaság, Magyarország

Forrás:

Imre Gabriella (2021): A sharing economy kiterjedése Magyarországon (MC Working Papers 2021/2) <https://mc.sze.hu/menedzsment-kutatasok>

Egyéb hivatkozott tanulmányok:

Batool, M. és társai (2020): How Covid-19 has shaken the sharing economy? An analysis using Google trends data, Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 1-13.

MERRE TOVÁBB AIRBNB?

IMRE GABRIELLA

PhD, egyetemi adjunktus

Nemzetközi és Elméleti Gazdaságtan Tanszék

imre.gabriella@sze.hu

A koronavírus megjelenése és gyors elterjedése soha nem látott mértékű visszaesést idézett elő a nemzetközi idegenforgalmi és vendéglátóipari ágazatban. A járvány negatív hatásai alól az olyan, korábbi években rendkívül nagy népszerűségnek örvendő, a hagyományos idegenforgalmi ágazat komoly versenytársává váló peer-to-peer (P2P) szállásszolgáltató platformok sem tudták kivonni magukat, mint az Airbnb.

Bresciani és szerzőtársai (2021) empirikus kutatásuk során azt vizsgálták, hogy a koronavírus járvány hogyan hat a turisták viselkedésére, szállásválasztással kapcsolatos preferenciáira. A 2020 októberében és novemberében több európai egyetem bevonásával lefolytatott három szakaszból álló vizsgálatban különböző nemzetiségű és életkorú férfiak és nők nyilatkoztak arról, hogy egyszemélyes londoni utazásukhoz mely szállástípust találják a legmegfelelőbbnek pandémiás helyzetben, illetve melyik szállástípust választották volna a koronavírus járvány kitörése előtt. A szerzők a kutatáshoz fiktív Airbnb és Booking.com listákat használtak, a különböző ajánlatok árának megállapításához pedig az átlagárakat vették alapul. A vizsgálat első szakaszában a résztvevők számára három szállástípust ajánlottak fel: az Airbnb-n foglalható közös (megosztott) lakások, a Booking.com-on hirdetett hotelek vagy az Airbnb-n kiadó teljes lakások közül választhattak. A kutatás eredményei szerint a koronavírus járvány kitörése előtt a válaszadók többsége (48,6%) megosztott lakást foglalt volna le, míg szállodai szobát a résztvevők 33,8%-a, teljes lakást pedig 17,6%-a választott. Pandémiás helyzetben azonban a preferenciák jelentős változásokon mentek keresztül és a válaszadók túlnyomó többsége (65,1%) a teljes lakást részesítette előnyben a szálloda (25,8%) és a közös lakás (9,1%) ellenében. A kutatás nem mutatott ki szignifikáns eltérést a válaszadók véleményében sem a demográfiai változók (életkor, nem) sem a kulturális változók (nemzetiség) tekintetében. A vizsgálat második szakaszában megerősítést nyert a kutatók azon feltételezése, mely szerint a teljes lakások iránti igény járványhelyzet alatti megnövekedésében a fizikai távolság biztosítására való törekvés játszik kulcsfontosságú szerepet, míg a harmadik szakaszban igazolták, hogy a szállások fizikai távolság biztosítására vonatkozó ígérete csökkentheti a vendégek szállodákkal és a megosztott lakásokkal kapcsolatos fenntartásait.

A kutatás eredményei alapján a szerzők úgy gondolják, hogy a peer-to-peer szállásszolgáltató platformok előtt van további jövő, de az ágazat a járvány hatására jelentős, lényegi átalakuláson megy keresztül. A járvány kitörése előtt ugyanis az Airbnb-n lefoglalt szállások legfőbb vonzereje a hagyományos hotelekhez képest éppen az volt – a költséghatékonyság mellett –, hogy lehetőséget kínáltak a helyiekkel történő szociális interakcióra és a vendégeknek autentikusabb, egyedibb társas élményeket nyújtottak, mint egy szállodai tartózkodás. (Tussyadiah és Pesonen 2016) A pandémiás helyzet azonban a társas interakció és társas élmények iránti igény csökkenését eredményezte és elmozdította az online platformokon szállást foglaló turisták preferenciáit a megosztott lakásoktól a teljes lakások

irányába. Elmondható tehát, hogy a társas interakció (illetve most már annak hiánya) továbbra is fontos szempont lesz a peer-to-peer szállásválasztás esetében, csak a járvány előtti időszakhoz képest eltérő jelentéssel és fordított hatással.

A szerzők véleménye szerint a fizikai távolság iránti igény feltehetően nemcsak rövid távon, hanem az elkövetkező években is befolyásolni fogja a turisták szállásválasztással kapcsolatos magatartását. Ezért a tanulmány javaslatokat kínál a vendéglátóknak arra vonatkozóan, hogy hogyan lehet maximalizálni a foglalásokat a járványidőszakban. A vizsgálat eredményeiből következik, hogy az üzemeltetőknek a jelen helyzetben érdekesebb különálló szobák helyett teljes lakásokat kínálni a platformokon. A szállással kapcsolatos kommunikáció során ki kell emelni a higiéniai szempontokat, valamint hangsúlyozni kell a fizikai távolság biztosítása érdekében bevezetett intézkedéseket. A kutatásokból kiderül, hogy különösen a nők aggódnak egy közös lakás kibérlése esetén, így ők a kommunikáció szempontjából kiemelt célcsoportot jelentenek. A vendéglátóknak át kell gondolniuk üzleti modelljüket abból a szempontból, hogy a megosztott és a teljes lakás közötti váltás hogyan hat a bevételeikre és az alkalmazott árásra, mivel egy teljes ház kiadása alacsonyabb árbevételt eredményez több szoba külön történő kiadásához képest. A vendéglátóval vagy más személyekkel megosztott közös házakat érdemes lehet a jelenlegi előírásoknak megfelelően átalakítani a vendégek aggodalmainak enyhítése érdekében, illetve ahol csak lehetséges, ott az eddig fizikai kontaktus révén bonyolított tevékenységeket (pl.: a vendéglátókkal való kapcsolattartás) célszerű áttenni számítógép által közvetített formába.

Kulcsszavak: Covid-19, Airbnb, peer-to-peer szállásszolgáltatás, fizikai távolság

Forrás: S. Bresciani, A. Ferraris, G. Santoro, K. Premazzi, R. Quaglia, D. Yahiaoui, G. Viglia (2021): The seven lives of Airbnb. The role of accommodation types, *Annals of Tourism Research*, Volume 88, May, 103107

Egyéb hivatkozott irodalom:

I.P. Tussyadiah, J. Pesonen (2016): Impacts of peer-to-peer accommodation use to travel patterns, *Journal of Travel Research*, 55 (8), pp. 1022-1040.

A TURIZMUS ÚJ KORSZAKÁNAK KILÁTÁSAI ÉS KIHÍVÁSAI

KOLTAI JUDIT PETRA

PhD, egyetemi docens

Gazdasági Elemzések Tanszék

koltaij@sze.hu

A tanulmány a világjárvány okozta utazási kockázat elemzését tűzte ki célul. A szerzők öt kutatási kérdést fogalmaztak meg, melyhez kvantitatív és kvalitatív módszerekkel is gyűjtöttek adatokat. A felmérés első szakaszában egy nemzetközi online kérdőíves megkérdezést végeztek, melyben az utazók döntéshozatali folyamatát vizsgálták. Ez egészült ki a felmérés második szakaszában lefolytatott szakértői interjúkkal, melyben a turizmusösztönzés lehetőségeit értékelték.

A felmérés eredményei megerősítették azt a feltételezést, miszerint az utazási kockázat megítélése megváltozott a COVID-19 pandémia hatására. Az utazással kapcsolatos döntéshozatalt elsősorban a hatóságok (kormány, egészségügy) kommunikációjába vetett bizalom, valamint az egyének kockázattal kapcsolatos felfogása befolyásolja. A tanulmány szerint az utazással kapcsolatos döntéshozatal független többek között az utazás típusától, az utazási tapasztalattól és a nemtől. A szakértői interjúk alapján az a következtetés vonható le, hogy a szektor újraindításához a pénzügyi és adózással kapcsolatos intézkedések mellett az államok közötti koordináció, valamint az egészségügyi és biztonsági intézkedésekkel kapcsolatos hatékony kommunikáció egyaránt kulcsfontosságú szerepet tölt be.

Kulcsszavak: turizmus, kockázat, újraindítás, pandémia

Forrás:

Villacé-Molinero, T. - Fernández-Muñoz, J. J. - Orea-Giner, A. - Fuentes-Moraleda, L. (2021): Understanding the new post-COVID-19 risk scenario: Outlooks and challenges for a new era of tourism, *Tourism Management*, Volume 86, 2021, 104324, ISSN 0261-5177.

Letöltve: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104324>. (2021. május 8.)

A FESZTVÁLTURIZMUS GDP-HATÁSA

DR. KOPPÁNY KRISZTIÁN - DR. SOLT KATALIN

PhD, egyetemi docens, vállalati kapcsolatokért felelős dékánhelyettes

Széchenyi István Egyetem, Nemzetközi és Elméleti Gazdaságtan Tanszék, Kautz Gyula
Gazdaságtudományi Kar

koppanyk<kukac>sze.hu

tudományos főmunkatárs, Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar

CSc, professor emerita, Budapesti Gazdasági Egyetem

solt.katalin<kukac>uni-bge.hu

A 2021-es fesztiválszezonnal kapcsolatban e tanulmány írásakor még mindig nagy a bizonytalanság. Emiatt a legnagyobb rendezvények szervezői közül többen úgy döntöttek, hogy az idei esemény is elmarad. Tavaly fesztiválok rendezésére a járvány elleni védekezés miatt gyakorlatilag nem volt lehetőség, a teljes ágazat leállt. Ez különösen aktuálissá tette a kérdést, hogy vajon mekkora az emiatt kieső gazdasági teljesítmény, mekkora a fesztiválok gazdasági hatása. Rövid tanulmányunk két, a fenti kérdéseket vizsgáló, 2020 tavaszán-nyarán megjelent elemzés (előrejelzés) eredményeit hasonlítja össze immáron a tények ismeretében.

Sajnos azonban a tényadatok alapján sem pontos a kép, hiszen a fesztiválszervezés önálló ágazatként nem jelenik meg a nemzetgazdasági teljesítmény statisztikáiban. Épp ez volt a kiindulópontja annak a Budapesti Gazdasági Egyetemen (BGE) lezajlott hároméves kutatásnak, amely a fesztiválágazat jelentőségének számszerűsítését tűzte ki célul. A projekt a koronavírus-világjárvány kitörése előtt zárult le, így a résztvevő kutatók nemhogy a vizsgálatok megkezdésekor, de még a legfontosabb hatáselemzési eredményeket összefoglaló, a Közgazdasági Szemle 2020. júniusi számában megjelent, a kutatási zárótanulmányon alapuló cikk (<http://www.kszemle.hu/tartalom/cikk.php?id=1911>) benyújtásakor sem gondolták, hogy írásuk megjelenésekor, s valójában még ma is ennyire aktuális lesz.

Kutatásuk motivációja nem az ágazat leállása esetén kieső gazdasági teljesítmény meghatározása volt, hanem az, hogy a fesztiválok népszerűsége ellenére „az ágazat méretéről, gazdasági jelentőségéről csak meglehetősen kevés és egymásnak ellentmondó információnk van.” Fő céljuk ennek a bizonytalanságnak a csökkentése volt. A projekt során összesen tizennégy fesztiválra kiterjedő, 24 000 darab lakossági és látogatói kérdőív, illetve 30 darab mélyinterjú felvételét és feldolgozását, hatáselemző input-output modell kidolgozását és a vizsgált fesztiválokra történő alkalmazását, számos műhelyvitát, a fesztiválszakma képviselőivel és a kapcsolódó gazdaságstatisztikai elszámolásokban jártas szakértőkkel folytatott konzultációt, valamint a kutatócsoport tagjai közötti folyamatos együttműködést magába foglaló, alapos vizsgálatot végeztek.

Teljeskörű gazdasági hatáselemzésre – a rendelkezésre álló adatok alapján – végül csak nyolc fesztivál esetében volt lehetőség, ezek eredményeit mindenesetre igyekeztek kivetíteni a körülbelül 300 tagot számláló (vagyis 300 fesztivált magába foglaló) Magyar Fesztivál Szövetségre. Az elemzés legfontosabb következtetése, hogy – annak ellenére, hogy „a nemzetgazdaság teljes éves hozzáadott értékének, valamint foglalkoztatott létszámának a kapott eredmények csupán 0,1-0,2 százalékát adják” – „a fesztiválok pár napos időtartamuk alatt is képesek a hivatalos gazdaságstatisztika által valóban számontartott, kisebb ágazatok éves teljesítményével

összemérhető hatásokat generálni” (lásd az „Ideje gazdasági ágazatként gondolni a fesztiválturizmusra” címmel a SZEHírekben is megjelent beszámoló: <https://uni-archiv.sze.hu/hirek-1/ideje-gazdasagi-agazatkent-gondolni-a-fesztivalturizmusra>).

2020 áprilisának végén a Portfolio számolt be egy másik hasonló elemzésről, amely viszont kifejezetten azzal a céllal készült, hogy az elmaradó fesztiválok gazdasági növekedésre, GDP-re gyakorolt hatásait számszerűsítse (<https://www.portfolio.hu/gazdasag/20200429/hatalmas-kart-okozhat-magyarorszagnak-ha-oszig-elmaradnak-a-fesztivalok-428958>). Az előrejelzés a HÉTFA számszerűsített általános egyensúlyi (Computable General Equilibrium, CGE) modelljével készült. Az előzőekben bemutatott BGE-s eredményekkel való összehasonlítás során a Portfolion megjelent rövid összefoglaló alábbi kulcselemeire támaszkodunk:

- a) *„Magyarországon évente több mint háromezer fesztivált rendezünk és látogatunk...”, illetve az Artisjus nyilvántartásaira hivatkozva HÉTFA munkatársai közölnek egy másik számadatot is azokra a fesztiválokra, „ahol valamilyen élő-zenei koncert elhangzott...” – „2018-ra vonatkozóan 1151 ilyen fesztivált” azonosítottak az országban;*
- b) *modelljük „...becslése szerint minden egyes fesztiválra el nem költött forint körülbelül 7 forintot von ki a gazdaságból a szektorok közötti tovaggyűrűző hatásoknak köszönhetően”; illetve*
- c) *„...ha az idei [vagyis a 2020. évi] fesztiválok elmaradnak, akkor az emiatt a magyar gazdaságból kieső jövedelem akár a GDP közel 1%-át is elérheti.”*

Az előzőekben felsorolt pontokat ugyanilyen sorrendben vetjük egybe a BGE fesztiválkutatásának (továbbiakban BGE) eredményeivel.

- a) Valószínűsíthető, hogy a HÉTFA a fesztiválok számával kapcsolatban rendelkezésre álló becslések közül a legnagyobbval számolt. Ez a BGE által figyelembe vett, nagyjából 300 db rendezvényhez képest tízszeres különbség. De ha a rövid összefoglalójukban szereplő kisebb, 1151-es adatot tekintjük, a differencia ebben az esetben is több, mint háromszoros. Ilyen széles körben vizsgálódva kérdéses, hogy mindegyik rendezvény valóban megfelel-e a fesztivál szigorúan vett definíciójának (a szövetség tagjainak esetében ez garantált). Ugyanakkor ezek többsége ugyanúgy elmaradt a vírushelyzet miatt, mint a szövetségnél regisztrált fesztiválok. Ilyen értelemben tehát a járvány miatt kieső gazdasági teljesítmény becslésekor indokolt a figyelembevételük. A legnagyobb, rengeteg külföldi vendéget vonzó hazai megafesztiválok ráadásul nem is tagjai a szövetségnek, így a 300 rendezvényen alapuló számítás a BGE-s szerzők által is jelzett módon feltehetően alulbecsüli a szektor méretét.
- b) A HÉTFA által a fesztiválokhoz rendelt 7-es értékű multiplikatortól sajnos a rövid összefoglalóból nem derül ki, hogy ez a kibocsátásra vagy a hozzáadott értékre, illetve a fesztivál költségvetésére, összes bevételére vagy pedig a látogatói költségekre vonatkozik, sem az, hogy a tovaggyűrűző hatások milyen széles körre terjed ki (1-es, 2-es típusú vagy esetleg még szélesebb körű hatásokat figyelembe vevő multiplikatortól van-e szó). A legegyszerűbb, 1-es típusú végső keresleti hozzáadott érték multiplikátorok importra való elszivárgás nélkül, vagyis zárt gazdaságban sem lehetnek 1-nél magasabbak. Nyitott gazdaságban ennél jóval alacsonyabbak: 0,2-0,9 között mozognak. A BGE a vizsgált fesztiválok esetén 0,3-0,4-es értékeket mért. Az indukált hatásokat is figyelembe vevő 2-es típusú hozzáadott érték multiplikátorok

ennél ugyan jóval magasabbak, de 1,5 körüli vagy afeletti értéket Magyarországon csak néhány ágazat esetében vesznek fel. Az 1-es típusú kibocsátási multiplikátorok az 1,1-1,9 tartományban, a 2. típusúak legfeljebb a 3-ig terjedő nagyságrendben fordulnak elő (lásd

http://www.sze.hu/~koppanyk/web/public/PADS2017/EIA_Koppany_2017_konyv.pdf). Egy CGE-modell persze az input-output elemzésnél szélesebb körben képes figyelembe venni a gazdaságban bekövetkező tovaggyűrűző hatásokat. A CGE-multiplikátorok értéke így akár az előzőeknél is magasabb lehet. A 7-es szorzó mindenesetre kiemelkedően magasnak tűnik. Különösen annak fényében, hogy a szakirodalom már az ennél jóval alacsonyabb standard input-output multiplikátorokkal kapcsolatban is a felülbecslést és annak lehetséges okait emlegeti, amelyek elkerülésére éppen a különféle korlátozó tényezők és helyettesítő hatások kezelésére képes CGE modellekben látja a megoldást.

- c) Mindezek ellenére, amennyiben figyelembe vesszük a HÉTFA eredményei és a BGE elemzés között a fesztiválok számában, illetve az alkalmazott multiplikátorok szintjében meglévő különbségeket, akkor a két becslés nincs is olyan távol egymástól. Kérdés persze, hogy a fesztiválok számát és a multiplikátorok értékét tekintve melyik számítás áll közelebb a valósághoz? Mekkora gazdasági teljesítményt képvisel a fesztiválágazat: a GDP 0,1 vagy pedig 1 százalékát? Utóbbi esetben a tavalyi, éves szinten kb. 5 százalékos nemzetgazdasági (tehát minden ágazat teljesítményét magába foglaló) visszaesés ötödrészéért valóban az elmaradt fesztiválok lennének felelősek? S ez a hatás nagyjából azonos a GDP több, mint 20 százalékát adó feldolgozóipar -0,9 százalékpontos 2020. évi növekedési hozzájárulásával?

A BGE hatáselemzése során megvizsgált nyolc fesztivál látogatói költségeinek és költségvetésének részletes vizsgálata alapján elmondható, hogy a fesztivállátogatók kiadásainak túlnyomó része (több, mint 80 százaléka) az 55-56: Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás, valamint a 90-93: Alkotó-, művészeti, szórakoztató, sport és szabadidős tevékenység ágazatok szereplőinél csapódik le. Az utóbbi ágazat bevételeiként jelentkezik a színpadi produkciókat és előadóművészeket nagy számban felvonultató családi és művészeti fesztiválok költségvetésének 60-70 százaléka is. Ezek alapján nem követünk el nagy hibát, ha elsősorban ennek a két gazdasági ágazatnak az elmúlt évre vonatkozó, KSH által közölt tényadatait vesszük alapul az előrejelzések - immáron egy év elteltével történő - visszaellenőrzése során.

A KSH 21.2.1.20. számú, „Hozzájárulás a bruttó hazai termék (GDP) változásához nemzetgazdasági áganként” elnevezésű STADAT táblája (https://www.ksh.hu/stadat_files/gdp/hu/gdp0104.html) e tanulmány írásának időpontjában 2020-ra a kereskedelem, gépjárműjavítás, szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás ágazatban (itt tehát a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás más szektorokkal összevontan szerepel) -0,4 százalékpontos, a művészet, szórakoztatás, szabadidő, egyéb szolgáltatás ágazatban pedig -0,2 százalékpontos értéket mutat. Ezek az ágazatok tehát 2020-ban együttesen 0,6 százalékponttal húzták vissza a magyar gazdaság teljesítményét.

A szálláshely-szolgáltatás és vendéglátóipar a 21.1.1.6. STADAT tábla (https://www.ksh.hu/stadat_files/gdp/hu/gdp0006.html) szerint 2019-ben a nemzetgazdasági bruttó hozzáadott érték 2 százalékát (ez tehát egy pontosabb, a kereskedelmi és járműjavítási tevékenységet nem tartalmazó adat), a művészet, szórakoztatás és szabadidő

ágazat pedig az országos érték 1,5 százalékát adta. A 21.2.1.6. tábla (https://www.ksh.hu/stadat_files/gdp/hu/gdp0090.html) 2020-ban rendre 32, illetve 9 százalékos volumencsökkenést mutat e két ágazatban. Ezek alapján számolva, a kieső hozzáadott értékre hozzávetőlegesen $-32\% \times 2 + -9\% \times 1,5 = -0,77$ százalékpontos eredményt kapunk. Vagyis még nagyobbat is, mint az előzőekben (ahol a kereskedelem és gépjárműjavítás 2020-ban tapasztalt 1,2 százalékos volumennövekedésének ellensúlyozó hatása is érvénysült).

Nem szabad azonban elfelejteni azt, hogy a szálloda- és vendéglátóipar 32 százalékos visszaesése csak jóval kisebb arányban tudható be az elmaradó fesztiváloknak, mint a sok más egyéb okból kieső normál vendégforgalomnak. S bár a művészet, szórakozás és szabadidő ágazat teljesítményének 9 százalékos visszaesésében feltehetőleg nagyobb arányt képviselnek az elmaradó fesztiválok, itt is figyelembe kell venni, hogy nemcsak ezek a szabadtéri rendezvények, hanem rengeteg más kulturális program, színházi előadások, koncertek, mozilátogatások stb. maradtak el a korlátozó intézkedések miatt. Itt sem írhatjuk a közel 10 százalékos ágazati visszaesést teljes egészében a fesztiválstop számlájára. A 0,77 százalékpontos negatív GDP-hatásnak tehát minden bizonnyal csak egy kisebb részét okozhatták az elmaradt fesztiválok.

Kulcsszavak: fesztiválturizmus, gazdasági hatáselemzés (Economic Impact Analysis, EIA), input-output modell, számszerűsített általános egyensúlyi (Computable General Equilibrium, CGE) modell, multiplikátor-hatás, GDP

Javasolt kategória: *turizmus*

Források: <http://www.kszemle.hu/tartalom/cikk.php?id=1911>, <https://uni-archiv.sze.hu/hirek-1/ideje-gazdasagi-agazatkent-gondolni-a-fesztivalturizmusra>, <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20200429/hatalmas-kart-okozhat-magyarorszagnak-ha-oszig-elmaradnak-a-fesztivalok-428958>, https://www.ksh.hu/stadat_files/gdp/hu/gdp0104.html, https://www.ksh.hu/stadat_files/gdp/hu/gdp0006.html, https://www.ksh.hu/stadat_files/gdp/hu/gdp0090.html, http://www.sze.hu/~koppanyk/web/public/PADS2017/EIA_Koppany_2017_konyv.pdf

CÉGELADÁS VAGY CÉGÁTADÁS?

DR. HABIL. KOVÁCS GÁBOR

Habilitált egyetemi docens, szakvezető, dékánhelyettes

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Email cím: kovacsg@sze.hu

KRAUSZ ZOLTÁN

vállalatépítési szakértő

E-mail cím: zoltan.krausz@vallalatepites.hu

<https://www.vallalatepites.hu>

Kulcsszavak: cégeladás, cégátadás, cégértékelés, cégöröklés, generációváltás

Javasolt kategória: Kis- és középvállalkozások

Forrás: <https://www.pwc.co.uk/services/deals/selling-your-business.html>

Az elmúlt egy év gazdasági bizonytalanságai után, az oltási programok által biztosított reménybeli kilábalást feltételezve próbáljuk meg saját vállalatértékelési és vállalatépítési tapasztalatainkat, valamint a PricewaterhouseCoopers (PwC) módszertani ajánlásait felhasználva összefoglalni, milyen tényezőket érdemes figyelembe venni a *cégeladás vagy cégátadás* dilemmája során.

Minden, vállalkozását évtizedekig vezető tulajdonos számára eljön az a pillanat, amikor választania kell: cégét utódjaira testálja, vagy elidegeníti, eladja. Aki átgondoltan határozna, annak egy sor tényezőt kell figyelembe vennie. Annál is inkább, mert nemcsak a tét hatalmas, de mindkét megoldás lehet jó is és rossz is.

Fontos ökölszabály, hogy nincs univerzális válasz, csakis a konkrét eset és az érintettek élethelyzete határozza meg, hogy melyik a helyes döntés. A legtöbb utód fel tud nőni a rá váró feladathoz, képes ismeretei olyan fokú gyarapítására, hogy aztán megérdemelten foglaljon helyet a főnöki székben. Az ehhez nélkülözhetetlen jártasságokat azonban senki sem az anyatejjel szívja magába, a jelöltnek tudatosan kell treníroznia magát a betölteni kívánt szerepre.

Ha a távozó tulajdonos nem hisz abban, hogy utódai nélküle is sikeresen irányítják majd a céget, nem lesz egy nyugodt perce sem. Folyton azon fog aggódni, hogy a vezetővé lett gyerekek esetleg meggondolatlanul cselekszenek a kormányruánál. Noha a folyamat elején a visszavonuló fél részéről már a bizalom pusztja megléte is elegendő, egy későbbi fázisban épp ilyen fontos az alkalmasság tényszerű megítélése is. A cégértékelés által megállapításra kerülő következtetések tehát nemcsak az eladás esetén, hanem az átadás választása során is képesek objektív visszajelzést adni ezzel kapcsolatosan. Kompromisszumos megoldás ilyenkor, ha a leköszönő és az érkező vezér egyértelmű feltételek teljesüléséhez kötik a cég tulajdonjogának átvételét. Aztán, ha az elvárásoknak nem felel meg az újonc, és az átadás inkább fiaskó, mint nem, a cég mehet a piacra.

Alapjaiban más viszont a helyzet, ha az alapító már a folyamat elején sem hisz abban, hogy utódai felkészíthetők lennének cége vezetésére. Ilyenkor a tulajdonos jobban teszi, ha letesz az átadásról, és hozzászoktatja magát az eladás gondolatához. Egy ilyen forgatókönyv háttérében nem feltétlenül a gyerekek korlátozott alkalmassága vagy fejlődőképessége áll. A cégöröklés olykor ugyanis azért nem járható út, mert az ifjabb generáció a vállalkozástól távol eresztett gyökeret, és a belátható jövőben nem áll szándékában hazatelepülni.

Közkeletű tévhit, hogy az eladás és az átadás átfutási ideje között lényeges eltérés van. Ez egyáltalán nem igaz. A gyors eladásból adódó elmaradt nyereség igenis összemérhető a gyors átadás kockázataival, és az ebből származó pluszköltségekkel. Ebben a tekintetben a két folyamat inkább hasonlít, mint különbözik egymástól. Az eladás és az átadás vonatkozásában az eltérés sokkal inkább az alapító szándékaiban keresendő.

ÖSSZEGZÉS

A cégeladás vagy cégátadás dilemmája során tehát leginkább a következő kérdések vizsgálatára érdemes fókuszálni:

- kizárólag a tulajdonos döntheti el, hogy elad vagy átad
- minden eladás vagy átadás egyedi döntési helyzet, nincs általános szabály arra, hogy melyik út a jobb
- amikor az alapító a gyerekeire hagyja, hogy mi legyen a céggel, nem dönt, csak elodázza a döntést
- a döntési folyamat közben a távozó tulajdonosnak szempontok sorát szükséges mérlegelnie
- akármelyik utat választja az alapító, ha jól akar járni, átlagosan két éves átfutással kell számolnia.

FENNTARTHATÓ TURISZTIKAI FEJLŐDÉS ŠUMADIJA ÉS NYUGAT-SZERBIA HEGYVIDÉKI TERÜLETEIN

KOVÁCS NORBERT

Ph.D., egyetemi docens

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, Nemzetközi és Elméleti Gazdaságtan Tanszék

kovacs@sze.hu

A fenntartható turizmus a fenntartható fejlődés szerves része. Szerepe jelentős az idegenforgalmi erőforrások kontrollálatlan és túlzott mértékű felhasználásának megakadályozásában. A szerzők tanulmánya azt elemzi, hogy a hegyvidéki turizmus fejlesztése Szerbiában hosszú távon fenntartható és megvalósítható-e. A szerbiai hegység turisztikai fejlődésének heterogenitására tekintettel, a szerzők a fenntartható turizmus fejlődésének szintjét elemezték Szerbia legfejlettebb és leglátogatottabb régiójában Šumadijában és Nyugat-Szerbiában. Kiemelten foglalkoztak Zlatibor, Kopaonik, Tara, Zlatar, Mokra Gora és Goč területekkel. A fenntartható turizmus fejlettségi szintjét az EU összehasonlító mutatóinak öt csoportjával a gazdasági, társadalmi, kulturális, környezeti és turisztikai elégedettségi mutatókkal elemezték. Az eredményeik azt mutatják, hogy a vizsgált hegységekben az idegenforgalom fejlődése nincs teljesen összhangban a fenntartható fejlődéssel. A turisták elégedettségi mutatója magas, ami jó alapot nyújt a turizmus fejlesztésének fenntarthatósági elvek mentén történő harmonizálására a különböző fejlettségű területeken. A gazdasági mutatók, különösen az éjszakai szállás és a szálláskapacitás aránya mutatják a leggyengébb értékeket, amelyek jelzik, hogy az elkövetkező időszakban szükség van infrastrukturális beruházásokra. A kutatók eredményei rávilágítanak, hogy Šumadija és Nyugat-Szerbia hegyvidéki területein jelentősen meg kell változtatni a jelenlegi turisztikai termékportfóliót, ami a hegyvidéki turizmus fejlesztésének összehangolását jelenti a globális trendekkel. Az eredményeket megerősíti a nemzetközi összehasonlítás, amely a hegyi turizmus fenntarthatóságának mértékét vizsgálta az alpesi régió egyes országaiban, így Svájcban, Ausztriában és Szlovéniában. Az idegenforgalom folyamatos és intenzívebb fejlesztése jelentősen javítaná a fenntartható turizmus mutatóit Šumadija és Nyugat-Szerbia területén, különösen a leginkább fenntarthatatlannak minősített gazdasági mutatók értéke javulna. A nyári szezonban az idegenforgalom, különösen a rekreációs és kalandturizmus fejlesztése javítaná a fenntartható turizmus társadalmi és kulturális dimenzióit. A fenntartható turizmus környezeti dimenzióját erősítené az ökoturizmus fejlesztése. A térség hegyvidéki területeinek (így Zlatibor, Zlatar, Tara és Mokra Gora) összekapcsolásával egyedi és integrált turisztikai desztinációval szinergikus hatások érhetők el, amelyek nemzetközi elismerést eredményeznek, Šumadija és Nyugat-Szerbia régióját versenyképessé teszik az európai piacon.

Kulcsszavak: turizmus, fenntartható turizmus, turisztikai fejlesztés

Forrás:

Milićević, S., Bošković, N. & Lakićević, M. Sustainable tourism development in mountain areas in Šumadija and Western Serbia. *J. Mt. Sci.* 18, 735–748 (2021).
<https://doi.org/10.1007/s11629-020-6239-4>

A COVID-19 JÁRVÁNY HATÁSA A NEMZETKÖZI TURIZMUSRA

DR. KONCZOSNÉ DR. SZOMBATHELYI MÁRTA

PhD habil, egyetemi tanár

KGK Vezetéstudományi és Szervezeti Kommunikáció Tanszék

kszm@sze.hu

A világ példátlan globális egészségügyi, társadalmi és gazdasági vészhelyzetbe került a COVID-19 járvány következtében. Az utazás és az idegenforgalom a leginkább érintett ágazatok közé tartozik, ahol a nemzetközi kereslet jelentősen visszaesett. Ennek oka egyrészt a vírus visszaszorítására irányuló globális utazási korlátozások, beleértve számos határ teljes lezárását (93, az összes desztináció 43%-a) határát teljesen zárva tartja a nemzetközi turizmus előtt, másrészt a vírus lassú visszaszorítása, harmadrészt a fogyasztók alacsony bizalmi szintje.

Az ENSZ Turisztikai Világszervezet (UN World Tourism Organization) jelentése szerint a nemzetközi turizmus 70 százalékkal alatta marad a 2020-as évinek, ami körülbelül a 30 évvel azelőtti szintnek felel meg. 2020 első tíz hónapjában bekövetkezett visszaesés 900 millióval kevesebb nemzetközi turista érkezést jelent a 2019 azonos időszakához képest, és 935 milliárd dolláros veszteséget jelent a nemzetközi turizmusból származó exportbevételekből. Legnagyobb mértékben az Ázsiából és a Csendes-óceán térségéből érkezők száma csökkent (82%-kal). A Közel-Keletről 73%-kal, Afrikából 69%-kal, Európából és Amerikából egyaránt 68% -kal kevesebben utaztak.

Míg a nemzetközi utazások iránti kereslet továbbra is visszafogott, a nemzetközi szakértők szerint a belföldi turizmus gyorsabban helyreáll. Számos nagy piacon, például Kínában és Oroszországban, már növekszik, és a belföldi légi utazási kereslet többnyire visszatért a COVID előtti szintre. A belföldi turizmus ugyan több desztináció fellendülését ösztönzi, de a legtöbb esetben csak részben, mivel nem kompenzálja a nemzetközi kereslet radikális csökkenését. Noha az UNWTO forgatókönyvei 2021 második felére a nemzetközi turizmus fellendülésére utalnak, ennek ellenére a nemzetközi turisták tekintetében a 2019-es szintre való visszatérés 2-4 évig is eltarthat. A jelentés SWOT elemzéssel zárul, feltárva a nemzetközi turizmusban meglévő erősségeket és gyengeségeket, valamint a környezeti lehetőségeket és veszélyeket.

Kulcsszavak: nemzetközi turizmus, covid 19 hatás, előrejelzések

Forrás:

<https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

KORONAVÍRUS:
KÖVETKEZMÉNYEK ÉS NYITÁSI TERVEK A TURIZMUSBAN

DR. KONCZOSNÉ DR. SZOMBATHELYI MÁRTA

PhD habil, egyetemi tanár

KGK Vezetéstudományi és Szervezeti Kommunikáció Tanszék

kszm@sze.hu

A turisztikai ipar a mielőbbi nyitást sürgeti Európában. Egyre inkább sürgető, hogy az utazás és turizmus iparág helyreállítása, valamint a biztonságos utazás érdekében megvalósuljon egy nemzetközi összehangolt cselekvési terv. Ebbe beletartoznak az oltási igazolások, a koronavírus gyors tesztek, valamint a politikusok által is támogatott stratégiák. Az EU február 25-én például úgy döntött, hogy nyárig bevezeti az utazók számára az egységes oltási útlevelet.

Széleskörű vita folyik a beoltott emberek utazási előnyeiről. Görögország és Izrael például megállapodást írt alá februárban, amely lehetővé teszi az beoltott turisták számára, hogy korlátozás nélkül utazhassanak a két ország között. Európában ellentmondásos, hogy az oltottaknak kell-e elsőként engedélyezni az utazást. Míg Németország még mindig vonakodik, néhány ország már lehetővé teszi az oltási igazolással történő könnyebb belépést, köztük Észtország, Lengyelország és Izland.

Az alábbiakban néhány példa található arra vonatkozóan, hogy egyes országok miként lépnek a covid 19 harmadik hulláma után, az utazási és turizmus szektor, valamint a szabad utazás érdekében.

2021-ben már második alkalommal törlik a németországi müncheni Oktoberfest rendezvényt, a koronavírus-járvány miatt. A nagy fesztiválok klasszikus sörátraiban gyakorlatilag lehetetlen a távolságtartás, a maszkok viselésének elvárása és egyéb intézkedések.

Az olaszországi koronavírus harmadik hullámát követően május 3-án újra megnyílt a Vatikáni Múzeum. Csak az első napra mintegy 1000 látogató regisztrált.

Görögország május 14-től nyitja meg határait újra a turisták számára, az EU-országokból, valamint néhány más országból, például Nagy-Britanniából és Szerbiából érkező nyaralók előtt a belföldi turisztikai szektor megmentése érdekében. Az utazók karanténba esés nélkül léphetnek be az országba nyaralni, megkövetelik azonban az utasoktól, hogy oltást kapjanak, vagy negatív PCR-tesztet mutassanak be.

Április 1-jétől a külföldi utazók ismét beléphetnek Horvátországba, ha bizonyítani tudják, hogy koronavírus ellen beoltották őket, vagy akinek negatív PCR-vizsgálata vagy antigéntesztje van, vagy igazolni tudja, hogy az elmúlt fél évben felépült a Covid-19-ből. Azelőtt tíz napig negatív PCR-tesztet vagy karantént kellett bemutatni.

Málta júniustól nyílik meg újra a turisták számára. Málta gyorsan halad a COVID-19 oltásokkal, és azt tervezi, hogy júniustól széles körben megnyílik a turisták számára. A sziget elsősorban szabadtéri tevékenységekre összpontosít, mint például a búvárkodás. Az

újra-nyitásba összesen 20 millió eurót fektetnek be. Az oltási igazolvánnyal rendelkező légi és tengeri utasokat ezután beengedik az országba, míg a többieknek továbbra is negatív tesztet kell bemutatniuk.

Kulcsszavak: koronavírus, nyitási tervek, összehangolási igény, nemzeti válaszok

Forrás: <https://www.dw.com/en/coronavirus-the-consequences-for-tourism/g-52696291>

A KÍNAI TURIZMUS FELLENDÜLÉSÉNEK TANULSÁGAI

DR. LŐRE VENDEL

PhD, egyetemi docens

Marketing és Menedzsment Tanszék, Kautz Gyula Gazdaságtudomány Kar

lore@sze.hu

Miután a COVID-19 2020 elején megtépázta mind Kínában, mind a világ szinte területén a turisztikai szektort, Kína turisztikai ipara lassan, de láthatóan elkezdett felépülni. A McKinsey a koronavírus válság kitörése óta nyomon követte az utazók hangulatát Kínában. Négy fázisból álló felmérést végeztek, összesen nyolc kínai városban 1600 válaszadó megkérdezésével. A legutóbbi, januárban végzett felmérés azt mutatta, hogy – bár a kínai járványhelyzet egyelőre a világ egyik legkedvezőbb esete, de ennek ellenére a kínai turizmust csupán részleges és ingadozó fellendülés jellemzi. Az időleges kudarcok meggátolhatják a prepandémiás szintre való visszatérést, és egyes alágazatok jobban járnak, mint mások. Annak ellenére, hogy a belföldi utazási szektorban tavaly április és augusztus között biztató tendenciák mutatkoztak, az új COVID-19 esetek és a kormányzati intézkedések csökkentették az utazók bizalmát.

A 2021. januári felmérés azt mutatja, hogy a kínai utazni vágyók kevésbé érzik magukat biztonságban, mint pár hónappal korábban. Mindezek mellett látható fejlemény, hogy a belföldi rövid és hosszabb távú utazásokat lényegesen biztonságosabbnak érzi az utazóközönség, mint a külföldi utakat. Ezekből az eredményekből kiolvasható egyúttal, hogy a turisztikai szektorban a félelem és a járványhelyzettel kapcsolatos hiedelmek és információk erősen befolyásolni fogják az iparág fellendülését. Az esetleges vírusvariánsok nagymértékben képesek befolyásolni az utazóközönség döntését. Kína esetében ez annyit jelent, hogy elsősorban a belföldi turizmus lesz a felépülés hajtómotorja, de akár ezt is visszavetheti a félelem, mely jól lemérhető volt a februári újévben tapasztalt szállodai és belföldi repülési foglalások visszaesésében.

Az elemzés kiemeli, hogy az utazók bizalmán túlmenően a kormány, a vállalatok és más hatósági intézmények által bevezetett korlátozások határozzák meg végső soron azt, hogy a kínai utazási szektor milyen gyorsan kapaszkodik vissza. Mindez a tény pedig arra enged következtetni, hogy nem lesz ez másként a világ egyéb országaiban sem.

A tanulmány a post-covid érában három területet ajánl a vállalatok figyelmébe: egyrészt a járvány a digitális csatornák fele terelte az embereket, így turizmusnak is fel kell készülnie a digitális marketing térnyerésére. Emellett felerősödik az agilis vezetés és alkalmazkodás szerepe, illetve a külföldi utakat kerülő luxusturisták szerepe fog az elkövetkezendő időszakban növekedni.

Kulcsszavak: Kína, turizmus, nem lineáris fellendülés; post-covid

Forrás: Guang Chen, Will Enger, Steve Saxon, and Jackey Yu (2021) China's travel sector is undergoing a nonlinear recovery: What should companies do?, letöltés: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/travel%20logistics%20and%20infrastructure/our%20insights/chinas%20travel%20sector%20is%20undergoing%20a%20nonlinear%20recovery%20what%20should%20companies%20do/chinas-travel-sector-is-undergoing-a-nonlinear-recovery-what-should-companies-do.pdf?shouldIndex=false>

A BIG DATA ELLENŐRZÉSE, FELHASZNÁLÁSA ÉS TULAJDONJOGA: A VENDÉGLÁTÓIPAR ÉS IDEGENFORGALOM ADATAINAK KÖLCSÖNÖS ÁTTEKINTÉSE

DR. RÁMHÁP SZABOLCS

PhD, egyetemi adjunktus

Vezetéstudományi- és Szervezeti Kommunikáció Tanszék

ramhap@ga.sze.hu

A big data adathalmaz leggyakoribb forrásai a mobil tranzakciók, a felhasználói tartalmak, a közösségi média, a weboldalakon való viselkedés megfigyelése stb. Ezen adatok szisztematikusan gyűjtése hatékony eszközöket kínál a vendéglátóipari vállalatoknak, hogy jobb betekintést nyerjenek a fogyasztók magatartásába, hatékonyabb stratégiát dolgozzanak ki a cég teljesítményének javítására és pontosabb előrejelzéseket tegyenek az üzleti folyamatok optimalizálása érdekében. A fogyasztói adatok összegyűjtése annak eldöntésében is segíthet a vállalatnak, hogy hogyan lehet hatékonyabban kapcsolatba lépni az ügyfelekkel, és hogyan lehet azonosítani a legértékesebb ügyfeleket. A reklámozás esetén egy adathalmaznak akkor van jelentősége, ha felhasználható a potenciális ügyfelek targetálásának javítására. Vegyünk például egy olyan közösségi média platformot, mint az Instagram vagy a Facebook, amely a bejegyzéseken keresztül gyűjt adatokat a fogyasztók utazási preferenciáiról. Az ilyen cégek nagyon könnyen megtudhatják, hogy az adott fogyasztó típusú szabadidős tevékenységet kedvel, amikor utazással kapcsolatos hashtageket használ, képeket tesz közzé az utazásairól, „kedveli” az utazással kapcsolatos egyéb tartalmakat, utazási csoportokhoz csatlakozik stb. Ezeket az adatokat használhatjuk annak biztosítására, hogy a megfelelő reklámüzenet a megfelelő ügyfeleknek, a megfelelő eszközön és a megfelelő időben kerüljön elküldésre. Az adatok felhasználhatók CRM rendszerek és a hűségprogramok fejlesztésére is. Például a vendéglátóiparban, ha minden tevékenységről logot készítünk, amelyet a különböző gépi ID-k rögzítenek a szálloda webhelyén, akkor betekintést nyerhetünk a webhely azon oldalaira, amelyek leginkább vonzóak. Ha az ID-k egy e-mailhez vagy fizikai címhez vannak kapcsolva, az adatok még értékesebbé válnak. A big data-hoz kapcsolódó további érték az adatok marketingkutatási célokra történő felhasználása. Például mind a Starbucks (MyStarbucksIdea), mind a Dell (IdeaStorm) olyan crowdsourcing platformokat valósítottak meg, amelyek ösztönzik a fogyasztókat új termék- és szolgáltatásötletek, vagy a meglévőkkel kapcsolatos javaslatok benyújtására. Végül az adatok akkor is értéket teremtenek, amikor az adatgyűjtő szervezet (pl. Facebook, Instagram stb.) eladja adatait egy másik szervezetnek (pl. szállodáknak).

Jelentős problémák is tapasztalhatók azonban a big data-val kapcsolatban. Először is a kormányok egyre inkább próbálják szabályozni az adatgyűjtést és felhasználást. (Pl. GDPR az EU-ban). Másodsor, az adattárolás mindig bizonyos fokú kockázattal jár. A nagyvállalatoknál bekövetkezett jelentős jogsértések (például a Marriott, az Equifax, a Home Depot vagy a LabCorp) dollármilliókba kerülnek mind a fogyasztóknak, mind a cégeknek. Harmadszor, az adatgyűjtés a tranzakciós sűrűdés gyakori előfordulását eredményezheti. A cég ahhoz, hogy értéket teremthessen az összegyűjtött adatokból, időnként meg kell, hogy ossza az adatokat egy harmadik féllel (pl. tanácsadóval, partner szállítóval, hirdetővel stb.) Negyedszer, vannak olyan kérdések, amelyek az adatgyűjtés etikai aspektusához kapcsolódnak, különös tekintettel arra, hogy az adatok végül kinek a tulajdonában kerülnek és milyen célokra használják azokat.

Megoldást jelenthetnek erre az olyan online adatplatformok, mint a blockchain, amivel biztonságot, átláthatóságot és kapcsolatot biztosíthatnak az ügyfelekkel és a szolgáltatókkal történő kapcsolattartásra szerte a világon. A blockchain egy digitális platform, ami időrendi sorrendben rögzíti a tranzakciókat (pl. pénz küldése és fogadása, termékek és szolgáltatások kifizetése, szállodai szoba vagy repülőút foglalása stb.) a hálózaton belül elosztott főkönyveken keresztül. A

blokklánc-alapokra történő átállás az adatok tulajdonjogát és ellenőrzését illetően a vállalatok javát is szolgálja. A vállalatok több hiteles adathoz férhetnek hozzá és személyre szabott szolgáltatásokat és termékeket tudnak nyújtani azok alapján az információk alapján, amelyeket ügyfeleik hajlandóak megosztani megadott feltételek mellett, ami csökkenti a vállalatok és a fogyasztók közötti súrlódást, fokozza az ügyfélélményt. Ez különösen előnyös lehet olyan kis- és középvállalkozások, például éttermek vagy bárók számára, amelyek nem rendelkeznek erőforrásokkal a big data tárolására, kezelésére vagy megszerzésére. A blockchain platformok fejlődése és szabályozása valószínűleg fokozatosan áttérli majd az adatok tulajdonjogát és irányítását a fogyasztókra / felhasználókra. A korai előnyök azoknál a cégeknél jelentkeznek, amelyek a leghatékonyabban és legeredményesebben képesek megvalósítani ezt a típusú értékteremtést. A cégeknek olyan technológiai partnereket kell ehhez keresniük, amelyek olyan technológiai újdonságokat alkalmaznak, amelyek lehetővé teszik számukra az adatgyűjtést oly módon, hogy az értéket biztosítson mind a cég, mind az ügyfél számára. Már megjelentek olyan vállalkozások, amelyek képesek választ adni az adatok értékének megosztására irányuló fogyasztói igényekre, ez pedig zavart okozhat a fennálló üzleti modellekben.

Kulcsszavak: Big Data, értékteremtés, Blockchain alapú adatkezelés

Javasolt kategória: Turizmus

Forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517720300327>

EURÓPAI UNIÓS javaslatok a TURIZMUS ÚJRAGONDOLÁSÁRA

REISINGER ADRIENN

PhD, habil, egyetemi docens, dékánhelyettes

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

radrienn@sze.hu

Az Európai Parlament 2021. március 3-án fogadta el Jelentését „A fenntartható turizmusra vonatkozó uniós stratégia létrehozása” témájáról, melynek egyik fő témája a COVID időszak utáni turizmus. A dokumentum 14 pontban foglalja össze a COVID-19 hatásainak kezelésére irányuló terveket és 23 pontban a turisztikai ágazat újragondolásának tényezőit. Az Európai Unió működéséről szóló szerződés 195. cikkelye alapján az EU egyik feladata, hogy a turisztikai ágazat versenyképességének elősegítése érdekében kiegészítse az egyes országok tevékenységét; ennek mentén fogalmazták meg a turizmus jövőjére vonatkozó gondolatokat. A járvány helyzet rávilágított arra, hogy a közös gondolkodásnak és a közös probléma megoldásnak fontos szerepe van és EU-ban, így a jövőben erre nagyobb hangsúlyt kívánnak fektetni.

A jelentésben az alábbi négy pont mentén fogalmazták meg a célokat (p. 22):

- 1) a turisztikai ágazat talpra állítása;
- 2) „az irányítási politika fókuszának áthelyezése az Unió keretén belül”;
- 3) a fenntartható turizmus középpontba állítása;
- 4) az ágazat jövőjére vonatkozó elképzelések megfogalmazása.

A járvány helyzet arra is felhívja a figyelmet, hogy válságok bármikor bekövetkezhetnek, erre a jövőben célozottabban kell felkészülni. A hatékony együttműködés érdekében javasolják az Európai Turisztikai Ügynökség létrehozását.

Az alábbi főbb javaslatokat emelem ki a dokumentumból:

- rövid távú pénzügyi támogatások folyamatos biztosítása az ágazat számára;
- egységes biztonságos utazásra vonatkozó feltételek teljes körű végrehajtása;
- célzott EU-s turisztikai kommunikációs kampányok lebonyolítása;
- EU-s higiéniai tanúsítási címke bevezetése;
- a 2021 és 2027 közötti időszak operatív programjaiba az idegenforgalom beépítése;
- a turizmus és a körforgásos elvek összekapcsolása (fenntartható turizmus);
- az ágazatban dolgozók támogatása.

Kulcsszavak: turizmus, EU, támogatás

Forrás:

https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2021-0033_HU.pdf

A TURIZMUS SZEKTOR FELELŐSSÉGTELJES ÚJRAINDÍTÁSA

VÖLGYI KATALIN

PhD, egyetemi adjunktus

Nemzetközi és Elméleti Gazdaságtan Tanszék

volgyi.katalin@sze.hu

Az ENSZ Turisztikai Világszervezet (UNWTO) iránymutatásaira támaszkodva a szervezet globális turizmus válságával foglalkozó bizottsága 2020-ban kiadott egy olyan jövőképet bemutató jelentést (One Planet Vision for a Responsible Recovery of the Tourism Sector), amely a turizmus felelősségteljes újraindításának legfőbb kérdéseivel foglalkozik. A bizottság célja, hogy a globális turizmus szektor COVID-19 pandémia utáni újraindítása a fenntarthatóság jegyében történjen és a turizmus fellendülését támogató programok hozzájáruljanak a fenntartható fejlesztési célok (SDGs) és a Párizsi Egyezmény megvalósításához. A bizottság 6 cselekvési területet határozott meg és a következő javaslatokat fogalmazta meg:

- *Közegészségügy:* a járványügyi mutatószámokat szükséges összekapcsolni a turizmus ellenőrzésével, az utazási korlátozások vagy új intézkedések bevezetése bizonyosságon alapuljon; olyan higiéniai előírásokkal induljon újra az turizmus, amelyeket a turizmusban érdekelt az egészségügyi hatóságokkal egyeztettek, illetve amelyek megfelelnek a fenntarthatósági céloknak; rendkívül fontos a turizmus szektorban a bizalom visszaállítása a megfelelő kommunikáció által.
- *Társadalmi befogadás:* a turizmusból élő kiszolgáltatott munkavállalók (helyi közösségek, fiatalok, nők, öslakosok) célzott támogatása, formális foglalkoztatás biztosítása számukra; a turizmusból élő kis- és közepesvállalkozások hosszú távú támogatása; a helyi közösségek számára a turizmusban rejlő lehetőségek újragondolása.
- *Biodiverzitás megőrzése:* a turizmus támogatása olyan területeken, ahol az a biodiverzitás megőrzését finanszírozza; olyan innovációk támogatása a turizmusban, amelyek a fenntarthatóság irányába mutatnak és csökkentik a turizmus környezeti terhelését.
- *Klímapolitika:* a turizmus szén-dioxid-kibocsátásának ellenőrzése, tudományos vizsgálaton alapuló klímapolitikai célok kitűzése és végrehajtása a turizmusban; a turizmus szén-dioxid-mentesítésének felgyorsítása technológiai és természetes megoldások alkalmazásának támogatásával.
- *Körforgásos gazdaság:* körforgásos gazdasági folyamatok megvalósítása a turizmusban és ezáltal a hulladék és szennyezés csökkentése; az élelmiszerpazarlás és -hulladék csökkentése a turizmusban; a műanyag hulladék körforgásának megerősítése
- *Kormányzás és finanszírozás:* a fenntarthatósági célok megvalósításának támogatása a turizmusban a megfelelő és időszerű információk biztosításával; a turizmus újraindítása a hosszú távú fenntarthatósági célok figyelembe vételével; a fenntartható turizmus megvalósítása az állami és magán szektor együttműködésének megerősítésével.

Kulcsszavak: pandémia, fenntarthatóság, turizmus

Javasolt kategória: *turizmus*

Forrás: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/one-planet-vision-responsible-recovery-of-the-tourism-sector.pdf>