

CSEPETI ÁDÁM – JÁSZBERÉNYI MELINDA
– KÖKÉNY LÁSZLÓ

Átrajzolódó turisztikai térkép? Magyarországra érkező külföldi turisták fogyasztásának alakulása a koronavírus előtti és utáni első évben

*Changing tourism map? Trends in consumption of
foreign tourists in Hungary in the first year before
and after the Covid-19*

•
SZERZŐK:

CSEPETI ÁDÁM, egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem, Mar-
keting- és Kommunikációtudományi Intézet,
adam.csepeti@uni-corvinus.hu

JÁSZBERÉNYI MELINDA, habilitált egyetemi docens, Budapesti Corvinus
Egyetem, Fenntartható Fejlődés Intézet, jaszberenyi@uni-corvinus.hu,
ORCID: 0000-0002-7839-5036

KÖKÉNY LÁSZLÓ, egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem,
Fenntartható Fejlődés Intézet, laszlo.kokeny2@uni-corvinus.hu,
ORCID: 0000-0001-5375-4082

JEL kód: Z31, L83

Kulcsszavak: turista költségek • tartózkodási idő a desztinációban • statisztikai
régións szintű elemzés • „Bosszúutazás” (Revenge travel)

Absztrakt: Az elmúlt évek kihívásai a turizmus szektorban is jelentős hatást fejte-
tek ki, és a szakértői várakozások a koronavírus pandémia alatt azt jóslták, hogy a
“nagy nyitást” követően, 2022-ben egészen másfajta jellemzők fogják meghatározni

a turisztikai fogyasztást, mint 2019-ben, és előtérbe kerülhet a nem városi turizmus, köszönhetően a turisztikai kereslet decentralizációjának. A kutatás fő célja, hogy elemzésre kerüljön a Magyarországra érkező külföldi turisták statisztikái alapján, hogy milyen szignifikáns eltérések voltak a 2022-es évben a 2019-eshez képest a turisták tartózkodási ideje (eltöltött napjainak száma) és a költséik mértéke tekintetében, mindezt országos és NUTS1 és NUTS2 (Statisztikai Célú Területi Egységek Nomenklatúrája) régiós dimenzióban vizsgálva. A kutatás relevanciáját az adja, hogy ilyen típusú elemzés ezen a két időtávon még nem készült az elmúlt időszakban, továbbá a statisztikai régiók vizsgálata rámutathat olyan térségek fontosságára, amelyek a turizmus politikában alulreprezentáltak. Az elemzésben a Központi Statisztikai Hivataltól megkapott hivatalos adatok kerültek felhasználásra, anonim és aggregált módon. Olyan külföldi turisták kerültek bele a mintába, akik legalább egy éjszakát eltöltöttek Magyarországon. A hipotézisek teszteléséhez statisztikai próbák kerültek alkalmazásra. Az eredmények alapján látható, hogy az egy turistára eső költségek reálértéken szignifikánsan magasabbak lettek 2022-re, továbbá pozitív összefüggés alakult ki a tekintetben, hogy aki több napot töltött Magyarországon, az az egész utazására vetítve és egy napra vetítve is többet költött, miközben 2019-ben nem volt ilyen összefüggés. Továbbá, megerősödtek a nyugat-magyarországi és a kelet-magyarországi régiók a turisztikai költségek tekintetében is, így a városi turizmus helyett a vidéki, alternatív utazás dominált 2022-ben a külföldiek körében.

AUTHORS:

ÁDÁM CSEPETI, Assistant Professor, Corvinus University of Budapest, Institute of Marketing and Communication Sciences, adam.csepeti@uni-corvinus.hu

MELINDA JÁSZBERÉNYI, Associate Professor, Corvinus University of Budapest, Institute of Sustainable Development, jaszberenyi@uni-corvinus.hu, ORCID: 0000-0002-7839-5036

LÁSZLÓ KÖKÉNY, Assistant Professor, Corvinus University of Budapest, Institute of Sustainable Development, laszlo.kokeny2@uni-corvinus.hu, ORCID: 0000-0001-5375-4082

JEL code: Z31, L83

Keywords: *tourist expenditure • length of stay in destination
• statistical analysis at regional level • Revenge travel*

Abstract: *The challenges of recent years have also had a significant impact on the tourism sector. Experts predicted during the Covid-19 pandemic that after the „grand reopening” in 2022, tourism consumption will be driven by very different characteristics than in the last peace year, 2019, and sustainable tourism will come to the fore thanks to the decentralisation of tourism demand. The main objective of the research is to analyse, based on the statistics of foreign tour-*

ists arriving in Hungary, the significant differences in the number of days spent by tourists in 2022 compared to 2019 in terms of the amount of money spent, both at national and NUTS1 and NUTS2 (Nomenclature of Territorial Units for Statistics) regional level. The relevance of the research is that this type of analysis has yet to be carried out in the past in these two periods, and the regional study may highlight the importance of areas that need to be more represented in tourism policy. The analysis uses anonymised and aggregated official data from the Hungarian Central Statistical Office. Foreign tourists who spent at least one night in Hungary were included in the sample. Statistical tests were used to test the hypotheses. The results show that spending per tourist was significantly higher in real terms in 2022. There was a positive correlation between spending more days in Hungary and spending more per day for the whole trip, while there was no such correlation in 2019. Furthermore, the West-Hungary and East-Hungary regions have also strengthened spending, with rural, alternative travel dominating over urban tourism in 2022 among foreigners.

BEVEZETÉS

A Covid-19 világjárvány hirtelen “berobbanása” rávilágított a turizmus-vendéglátás ágazat kiemelt sérülékenységére, a járvány kitörésekor a világ számos országában bevezetett korlátozások és utazási tilalmak gyors változtatásokra és innovatív alkalmazkodási magatartásminták kifejesztésére ösztönözték a turisztikai ágazat szereplőit (Bulchand-Gidumal et al., 2023; Pachuki et al., 2022; Egger et al., 2020). Mindezek mellett, az eddigi tudományos kutatások arra is rávilágítottak, hogy a világjárvány nem csupán átmeneti változásokat hozott az utazók igényeiben és preferenciáiban, hanem számos aspektus tekintetében akár tartós attitűd- és magatartásváltozást is eredményezhetett, amelyhez az értékajánlatok összeállítása kihívásokat jelent a turisztikai szolgáltatók többségének (Jacobsen et al., 2023; Jászberényi et al., 2021; Zhang et al., 2021).

A turizmus-vendéglátás két meghatározó attribútuma a társasági élet és a mobilitás, amelyeket a koronavírus-járvány miatt számos országban jelentősen korlátozni kellett, amely korlátozás már akkor és a következő időszakban is súlyosan érintette az ágazatot (Brouder, 2020). Fontos kiemelni, hogy a korlátozások nem csupán makrogazdasági következményekkel jártak, hanem fontos implikációkat hoztak felszínre a menedzseri döntéshozatal és az utazási magatartás megváltozása kapcsán is, egyfajta mélyebb társadalmi-gazdasági összefüggésrendszerben elhelyezve a Covid-19 turizmus-vendéglátásra gyakorolt hatásait (Sujood et al., 2022; Politis et al., 2021). Előtérbe kerültek a vidéki, természetközeli, alternatív desztinációk, így elkezdett egyenletesebbé válni a turisztikai kereslet (Ghosh et al., 2024). Új, alternatív fogyasztói igények jelentek meg, amely a turisztikai szektort a fenntarthatóság felé kezdte el eltolni, új desztinációk és turisztikai termékek piaca lépésével (Mazilu et al., 2023).

A gazdaságpolitikai döntéshozók és turisztikai felsővezetők közül is sokan úgy gondolták, hogy a világjárványt követően a Covid-19 előtt megfigyelt trendek alapján fog visszarendeződni az ágazat, más szakértők pedig arra hívták fel a figyelmet, hogy bizonyos ágazat-specifikus dimenziók alapján a korábbiaktól eltérő szerkezetben fejlődhet tovább a globális turizmus (Kádár – Gede, 2021). A turisztikai ágazat egyes véleményformálói szerint a koronavírus előtt

ti utasszámokhoz gyorsan vissza fog térni a világ (Ali et al., 2022). A turizmust kutató akademikusok egyes csoportjai szerint a koronavírus-járvány elmúltával az újrendeződés például fel fogja értékelni a higiéniai szolgáltatások fontosságát, a vidéki, természetközeli panziókat, a földrajzilag közelebb eső, személygépkocsival megközelíthető desztinációkat vagy éppen a humán erőforrás minimalizálására összpontosító megoldásokat (Aebli et al., 2021).

A turisztikai szakirodalomban fellelhető empirikus kutatások többsége különböző matematikai-statisztikai módszerek (pl. idősor elemzések, varianciaanalízisek, diszkriminancia elemzések) segítségével igyekszik feltárni azt, hogy milyen hasonlóságok és különbségek figyelhetők meg az utazók és turisztikai szolgáltatók magatartásában a koronavírus előtti, a koronavírus alatti és koronavírus utáni időszakokat összehasonlítva (Abdul-Hussein et al., 2022; Neuburger – Egger, 2021; Hoschek et al., 2020).

Az összehasonlítások alapjaként számos ismerv megjelenik ugyan, de különös akadémiai és menedzseri érdeklődés övezi az olyan alapvető konstrukciókat, mint az utazási motiváció, a költési hajlandóság, a vendégéjszakák száma, a regionális szintű desztinációk szerkezete vagy éppen a küldő országok portfóliója (Kumar et al., 2023). Az érvényes és megbízható következtetések levonását ugyan kissé megnehezíti, hogy a longitudinális elemzéseknel a koronavírus utáni időszakra vonatkozóan még nem áll rendelkezésünkre megfelelő mennyiségű év és megfigyelés, de a bizonyos szerkezeti változások és magatartásbeli hangsúlyeltolódások már így is egészen jól kirajzolódnak, mint például a költési hajlandóság visszafogása, majd a korlátozások feloldása után az egy főre eső turisztikai költségek növekedése (Behringer et al., 2023; Davtyan et al., 2023) felértékelődött a biztonságos utazás a vásárlási döntés folyamatában (Wang – Li, 2022), komplexebbé vált a fogyasztói kockázatszlelési és kockázatsökkentési folyamat (Kökény et al., 2022a; Chan, 2021), vagy megjelentek olyan illúziót keltő szolgáltatások, mint a Flight to nowhere, amely a fogyasztók repülő utazás iránti igényét volt hivatott kielégíteni a koronavírus pandémia alatt (Kökény et al., 2022b).

A tanulmány további részében először a második fejezetben összefoglalásra kerülnek azok a legfontosabb irodalmak, amelyek aztán a hipotéziseink alapját adják. A harmadik fejezet a kutatás módszertanáról szól, benne a hat hipotézis felsorolásával. A negyedik fejezetben mutatjuk be az eredményeket és a hipotézisek tesztelése során használt statisztikai eljárások összefüggéseit. Végül, az ötödik fejezetben foglaljuk össze a főbb eredményeket, mutatjuk be a konklúziókat és térünk ki a kutatás limitációira és a jövőbeli kutatási lehetőségekre.

HIPOTÉZISFEJLESZTÉST MEGALAPOZÓ KUTATÁSI EREDMÉNYEK

Tekintettel arra, hogy empirikus kutatásunkban azt vizsgáljuk, hogy milyen hasonlóságok és különbségek fedezhetők fel a Magyarországra érkező turisták létszáma, tartózkodási ideje és költési mennyisége között regionális bontásban (NUTS1, NUTS2 – Statisztikai Célú Területi Egységek Nomenklatúrája – Nomenclature of Territorial Units for Statistics) a pre-Covid és post-Covid időszakban, a következő bekezdésekben rávilágítunk arra, hogy a korábbi akadémiai tanulmányok milyen empirikus összefüggéseket tártak fel a küldő ország, az országon belüli regionális szintű desztinációk, az utazási motivációk, a vendégéjszakák száma és a költési hajlandóság tekintetében a világjárvány előtti és utáni időszakot összevetve.

A koronavírus utáni fogyasztói magatartást két szempont jellemzi: kompenzációs mechanizmus és bosszúutazás (revenge-tourism) (Kim et al., 2022). A pandémia mindenkinek korlátozta a turisztikai lehetőségeit, demográfiai változóktól, nemzetiségektől függetlenül, utazási tapasztalat vagy utazási kedvek közötti különbségek nélkül (Corbisiero – Monaco, 2021). A kutatások rámutattak arra, hogy a koronavírus utáni első években az emberek utazási kedve dinamikusan visszapattanhat a pandémia előtti szintre, és maguk az utazások is meghosszabbodhatnak (Meenakshi et al., 2023). A távolabbi utakat bevállalók kevésbé foglalkoztak az esetleg vírus lehetőségekkel, vagy pont amiatt motiválták őket a távoli eldugott helyek, mert azok talán érintetlenek voltak a koronavírustól (Yang et al., 2023).

Ahogy a pandémia első évében (2020) a kockázatészlelés dominálta a fogyasztók magatartását, és maradtak távol az utazásoktól, addig a koronavírus második évében (2021) már a kompenzációs mechanizmus és a kiszabadulás iránti igény (bosszú) felülírt bármilyen esetleges félelmet (Lu et al., 2022). Megjelent a bármi áron történő utazás, így a turisták többet is költenek/költöztek 2022-től kezdődően, amely leginkább ennek a kompenzációs megközelítésnek tulajdonítható (Lu et al., 2022). Ha volt is valahol még válságos helyzet, az az idő előrehaladtával egyre távolabbinak tűnt, így a turisták felszabadultabbnak érezték magukat az első utazási lehetőségektől kezdődően, mint 2019-ben (Kim et al., 2022). A koronavírus utáni költési magatartás éppen az ellenkezője egyébként a koronavírus időszaka előtti fenntarthatósági dimenziók indukálta tudatosabb költési jellemzőknek (Csapody et al., 2022; Dube et al., 2022; Kökény et al., 2022c).

Bár a költések a klasszikus közgazdasági megközelítés szerint valamilyen racionális döntések következtében történnek meg, a gyakorlat azt mutatja, hogy számos külső (környezeti adottságok) és belső tényező (érzelmek, személyiség) határozzák meg a költések mértékét a turizmusban is (Wang – Li, 2022). Különösen a szolgáltatások esetén igaz ez, amelyek “terméke” még inkább a szubjektumokon alapul (Jancsik et al., 2019). A koronavírus után pedig a nagyobb költéseket még inkább meghatározták azok az adottságok, amelyek a biztonságos desztináció, szolgáltatás képét mutatták (Kumar et al., 2023). Ráadásul a kiszakadás utáni vágy kielégítése még inkább arra sarkallja a turistákat, hogy többet költsenek (Davtyan et al., 2023).

Miközben felértékelődtek az olyan helyek, ahol kevésbé vannak tömegek és természetközelibbek (Chin, 2022). A korábban tapasztalt területi különbségek (Tömöri, 2021) csökkenhetnek a turisztikai fogyasztás tekintetében a poszt-Covid időszakban. Ennek oka, hogy külföldre utazó turisták választásaiban felértékelődtek a csendesebb, a természetközelibb, a nem elsődleges vagy a tömegturizmus által esetlegesen elfoglalt attrakciók és desztinációk (Adom et al., 2021; Sharma et al., 2021). Bár ezen trend előretörésének elsősorban biztonsági okai vannak (Skrýl – Gregoric, 2022), azonban ez a trend segíthet a világ turizmusának megújulásában, új helyek turisztikai hálózathoz történő hozzákapcsolásában és felértékelődésében, a tömegturizmus által terhelt desztinációk forgalmának élhetőbbé tételében, és magának a turizmus rezilienciájában (Chernova – Gridnev, 2023; Pinke-Sziva – Boros, 2022; Sebrek et al., 2022; Orindaru et al., 2021). A vidéki helyszínek pedig gyorsabban visszaállhatnak és könnyedén meg is haladhatják a koronavírus pandémia előtti állapotokat, mert kisebb veszteségeket is szenvedtek el a lezárások során, illetve a turistákat hajtja a már említett „bosszú”, a kiszakadás a mindennapi urbanizált környezetből, így felértékelődhetnek a poszt-Covid időszakban a vidéki, természetközelibb, korábban nem elsődleges célpontnak számító régiók (Bayramov, 2022; Panzer-Krause, 2022).

Magyarország esetében fontos szempont a poszt-Covid időszakban, hogy a nagyvárosokon, de leginkább a fővároson túl, további kisebb vidéki vagy akár természetközeli desztinációkban is megjelenjenek a külföldi turisták. A külföldiek Magyarországon javarészt a nagyvárosokat, leginkább a fővárost, Budapestet látogatták a koronavírus pandémia előtti időszakban, így aztán a Covid-19 alatti és a poszt-Covid időszakban Budapest megszenvedte a kieső turisztikai bevételeket (Behringer et al., 2020). Bár a belföldi turizmus Magyarországon is robbanásszerűen visszapattant már közvetlenül a járvány utáni évben (2022), azonban a külföldi turizmus ennél lassabban tért magához (Törőcsik et al., 2023). Ahol pedig visszatért, ott inkább a vidéki, határmenti helyszínekre érkeztek a külföldi turisták (Hoschek et al., 2020). Azzal, hogy a turisták a poszt-Covid időszakban jobban keresik az alternatív, a kreatív és az autentikus élményeket a turisztikai térképek átrajzolódhatnak, és akár a turisták eloszlása is kiegyenlítettebbé válhat (Csapó et al., 2022). Emiatt érdemes lehet a turistákat területi megoszlás szempontból is vizsgálni, hogyan jobban megértsük, hogy a fennálló turisztikai gondolkodás hogyan bővíthető és fejleszthető tovább (Végi – Csapó, 2023).

KUTATÁSMÓDSZERTAN

Kutatás célja és hipotézisei

Kutatásunk célja megvizsgálni, hogy a Magyarországra érkező külföldi turisták fogyasztása hogyan változott a koronavírus előtti és utáni első évben, azaz a 2019. és 2022. évi adatok alapján. Azokat a külföldi turistákat vizsgáltuk, akik legalább egy éjszakát eltöltöttek Magyarországon. A fogyasztás alatt három dimenziót kombináltunk: tartózkodási idő (eltöltött napok száma), turisták száma és a költségek mértéke. Mindezen dimenziókhoz tartozó változókat országosan, valamint NUTS1 és NUTS2 regionális bontásban vizsgáltuk statisztikai tesztekkel. Ezek a térségek nem a Magyar Turisztikai Ügynökség 11 kiemelt térségei, de kutatásunk célja a statisztikai térségek vizsgálata volt. Ennek oka, hogy ezen régiótípusokhoz tartozó adatok azok, amelyek publikáció és kutatás céljából elérhetőek, másrésztől csak ezen régió típusokat lehet értelmezni nemzetközi összehasonlásban az akadémiai kutatásokban vagy a regionális politikák terén egyaránt. Továbbá az eredményeink alapján készült potenciális ajánlásokhoz hasznos lehet a regionális bontást ilyen szinten vizsgálni, hogy ne maradjanak ki olyan területek, régiók, amelyek a 11 kiemelt turisztikai térség között nem vagy alacsony szinten reprezentálják magukat. Végezetül, a turizmus mint interdiszciplináris tudományág erősen kötődik a regionális tudományokhoz, amelyben szintén ezen NUTS jellegű bontásokat használják, és nem a kiemelt turisztikai térségekre vonatkozó bontást.

A kutatásban vizsgáltuk a tartózkodási időt, az összes turista számát, az összes költség mértékét, az egy turistára eső napok számát, az egy turistára eső költség mértékét és az egy turista egy napjára eső költség mértékét, azaz összesen hat változót. A régiós bontásban a NUTS1 és NUTS2 szegmentációkat használtuk. Az NUTS1 bontásban Nyugat-, Közép- és Kelet-Magyarországot három régióval. Az NUTS2-es bontásban pedig Nyugat-, Közép- és Dél-Dunántúl, Közép-Magyarország, Észak-Magyarország, Észak- és Dél-Alföld hét régióját elemeztük. Közép-Magyarország esetében Budapestet is meg tudtuk vizsgálni.

Kutatásunkban az alábbi hipotézisekre kerestük a megoldást.

- H₁: A koronavírus után megnöttek az átlagos tartózkodási idők egy külföldi turistára vetítve országosan.
- H₂: Szignifikánsan nőttek 2019-ről 2022-re az egy külföldi turistára eső költségek reálértéken, országos szinten.
- H₃: 2019-ben a turisták számának növekedése növelte az egy külföldi turista egy napjára eső költségének mértékét országos szinten.
- H₄: 2022-ben a turisták számának növekedése növelte az egy külföldi turista egy napjára eső költségének mértékét országos szinten.
- H₅: Szignifikáns eltérések vannak az NUTS1 régiók között az egy turistára eső napok számában 2019-ben és 2022-ben is, melyek Közép-Magyarországon alacsonyabbak, mint a nyugati és keleti országrészekben.
- H₆: Szignifikáns eltérések vannak az NUTS1 régiók között az egy turista egy napjára eső költség nagyság tekintetében 2019-ben és 2022-ben is, melyek Közép-Magyarországon magasabbak, mint a nyugati és keleti országrészekben.

Adatgyűjtés és adatelemzés módszere

Az adatbázisokat a KSH-val együttműködve, kutatószobában vizsgáltuk. Emiatt érdemes pár fogalmat és az adatgyűjtés módját ismertetni. A KSH a "Turizmus és vendéglátás" témában megjeleníti a legfontosabb fogalmak mögött meghúzódó tartalmakat. Külföldi turisták alatt értik azokat, akik a határátkelőhelyeken Magyarországra érkező külföldi állampolgárok. Határátkelőhelynek számítanak a közúti, a vízi és a légi (repülőtér) területek határai. Turisztikai kiadás vagy költség az, amelyik az utazáshoz közvetlenül kapcsolódó kiadás. A Magyarországra érkező külföldi látogatók kiadásai a külföldi állampolgárok által, hazánkban elköltött összeget, valamint jutalék és egyéb jogcímek formájában Magyarországon maradó összeget tartalmazza.

Az adatokat többnyire megkérdés útján szerzi a KSH a határátkelőhelyeken. Majd a beérkező adatokat becslés alapján teszi reprezentatívvá. A küldőpiacok között nem nézünk országos differenciákat, így aggregáltan vizsgáljuk a beutazókat. Azonban a két típusú, a külföldi turisták érkezési helye szerinti regionális bontásban vizsgáltuk a különbségeket.

Az adatelemzésben a leíró statisztikák (átlagok, szórások, aránypárok) használata mellett Pearson-féle korrelációelemzést és ANOVA tesztet alkalmaztunk. Az adatgyűjtésben a költségek nominál értéken kerültek felvételre, így azokat is megjelenítettük, de mellette a 2019–2022 közötti infláció mértékével (24,31%) korrigáltuk és a reálértéken végeztük a végső számításokat. A hat változó között Pearson-féle korrelációelemzést végeztünk az összefüggésvizsgálathoz. ANOVA-elemzést pedig az NUTS1 szerinti differenciák elemzésére használtuk. Az NUTS2 alapján pedig a leíró statisztikákat elemeztük.

EREDMÉNYEK

Külföldi turisták száma és tartózkodási idő

Az érkező külföldiek számának és a tartózkodási idő vizsgálatát követően megnéztük, hogy hány nap jutott egy külföldi érkezőre az egyes régiókban (1. táblázat). Az országos átlag 5,4 nap/turista volt 2019-ben, a leghosszabb időt egy külföldi turista a Dél-Dunántúlon tölti (8,6 napot), majd a második helyen a Közép-Dunántúl régiója található (8,3 nappal). A közép-magyarországi régióban 5,1 napot töltött el átlagosan egy külföldi turista (amivel a harmadik legmagasabb értéket mérhettük), ami nagyon hasonló a másik nagy fogadó régió, a nyugat-dunántúli régióban eltöltött 5,0 naphoz. Szorosan követi őket az észak-magyarországi régió (4,6 nap/turista), végül pedig ugyanolyan arányokkal (3,2-3,2 nap/turista) Észak-Alföld és Dél-Alföld régiója következik. Látható, hogy Kelet-Magyarországon nemcsak az országos átlaghoz képest kevesebb a turista, de arányában is kevesebb napot töltenek el az odaérkező külföldi turisták. Ezek az arányok nem változtak 2022-ben sem, és országosan csak egy tizeddel (5,3 nap/turista) töltöttek el kevesebb napot a hazánkba érkező külföldi turisták. Azonban, már nem voltak kiugró régiók, azaz a legtöbb napot egy külföldi turista ugyanúgy a Dél-Dunántúlon és a Közép-Dunántúlon töltötte el (7,8 napot), de már kevesebb, mint 2019-ben. A Nyugat-Dunántúl volt a harmadik (5,1 nap/turista) és a Közép-Magyarország régió volt a negyedik (5,0 nap/turista) a sorrendben, így 2022-ben még inkább igaz volt, hogy a leginkább látogatott régiókban töltötték el a legtöbb napot is. Dél-Alföldön (3,2-ről 4-re 2022-re) és Észak-Alföldön (3,2-ről 3,8 napra) növekedett a tartózkodási idő, de Észak-Magyarország vesztette a legtöbbet, ugyanis ott töltötték el a legkevesebb napot a külföldi turisták egy főre vetítve (2,6 nap/turista). Továbbra is Nyugat-Magyarország dominál a számok alapján.

1. táblázat: Egy külföldi turistára a tartózkodási idő 2019-es és 2022-es években régiós bontásban
Table 1: Number of days spent per foreign tourist by region in 2019 and 2022

	2019	2022
Nyugat-Dunántúl	5,0	5,1
Közép-Dunántúl	8,3	7,8
Dél-Dunántúl	8,6	7,8
Közép-Magyarország	5,1	5,0
<i>Ebből Budapest</i>	5,1	5,0
Észak-Alföld	3,2	3,8
Dél-Alföld	3,2	4,0
Észak-Magyarország	4,6	2,6
Országosan összesen	5,4	5,3

*Forrás: KSH adatbázis.
Source: based on HCSO.*

Költési arányok jellemzői

Az infláció Magyarországon 2019-ről 2020-ra 3,3%-kal emelkedett a fogyasztói árindex, 2020-ról 2021-re 5,1%-kal, majd 2021-ről 2022-re 14,5%-kal nőttek az árak. Ez összesen 24,31%-os áremelkedés a 3 év alatt. A KSH adatokat így ezzel az értékkel korrigáltuk a 4., az 5. és a 6. táblázatban. Bár a kulturális és szabadidős szolgáltatások 2019–2022 között 18,5%-kal és az üdülési szolgáltatások 26,9%-kal drágultak, annak okán, hogy nem ismerjük a pontos összetételét a fogyasztói kosaraknak, az általános inflációs adathoz korrigáljuk a fogyasztás reálértékét.

Az egy külföldi turistára eső költés esetében megkapjuk, hogy mely régiókba érkeznek a legnagyobb költési hajlandóságú vendégek (2. táblázat). Ezen jellemzők alapján már nem Közép-Magyarország régiója emelkedett ki 2019-ben, ahol egy külföldi vendég 139.054 forintot költött az itt tartózkodása alatt. Helyette a Dél-Dunántúl (214.852 forint) és a Közép-Dunántúl (180.206 forint) az a két régió, melyek kiemelkedtek az egy turistára eső költésekben (főleg a Balaton húzza felfelé ezeket). Nyugat-Dunántúl, amelyben csak a negyedik legtöbbet költötték az ideérkező turisták (63.574 forintot), Észak-Magyarország (43.440 forint) és Észak-Alföld (21.917 forint) átlagosan 20.000 forintos lemaradásokkal követik egymást. A sort Dél-Alföld régiója zárja (8.937 forint). Az országos átlag 124.217 forint volt.

2022-ben Közép-Magyarország még inkább lemaradt a közép- és dél-dunántúli régióktól az egy külföldi turistára eső költések mértékében, mint 2019-ben, ugyanis Közép-Magyarországon egy külföldi turista átlagosan 165.468 forintot költött, miközben a Dél-Dunántúlon 267.513 forintot, a Közép-Dunántúlon pedig 325.285 forintot. Utóbbi régióban a növekedés mértéke meghaladja bőven az országos átlagot. A negyedik helyen kisebb lemaradással Nyugat-Dunántúl régiója következik (111.469 forint). Dél-Alföld megháromszorozta a régióban elköltött összegeket 38.238 forintra. Végül pedig a két legtöbbet veszítő régió az észak-alföldi (16.317 forint) és az észak-magyarországi (17.800 forint). Az országos átlag 161.914 forint volt, amely a harmadik helyezett Közép-Magyarország régiós számánál egy kicsivel kevesebb.

2. táblázat: Egy külföldi turistára eső költség (Ft) 2019-es és 2022-es években régiós bontásban
 Table 2: Spending per foreign tourist (HUF) by region in 2019 and 2022

	2019	2022	Változás 2022-re (%)	Inflációval korrigált változás (%)
Nyugat-Dunántúl	63.574	111.469	+75,3	+51,0
Közép-Dunántúl	180.206	325.285	+80,5	+56,2
Dél-Dunántúl	214.852	267.513	+24,5	+0,2
Közép-Magyarország	139.054	165.468	+19,0	-5,3
Ebből Budapest	139.054	164.712	+18,3	-6,0
Észak-Alföld	21.917	16.317	-25,6	-49,9
Dél-Alföld	8.937	38.238	+327,9	+303,6
Észak-Magyarország	43.440	17.800	-59,1	-83,4
Országosan összesen	124.217	161.914	+30,3	+6,0

Forrás: KSH adatbázis.

Source: based on HCSO.

Egy külföldi turista egy napra eső átlagos költsége esetében (3. táblázat) Közép-Magyarország régiója volt az első helyen 2019-ben (27.410 forint). A Dél-Dunántúl (24.963 forint) és a Közép-Dunántúl (21.663 forint) régiói nagyon szorosan követték egymást. Őket követte a Nyugat-Dunántúl (12.815 forint), majd Észak-Magyarország (9.402 forint). Az országos átlag 23.042 forint volt 2019-ben. 2022-ben már nem Közép-Magyarország régiójában volt a legnagyobb költség egy napra vetítve egy turista részéről (33.201 forint). Helyette előretört a Közép-Dunántúl (41.516 forint) és a Dél-Dunántúl (34.165 forint). Az ezt követő régiók sorrendje megváltozott 2022-re 2019-hez képest, ugyanis Nyugat-Dunántúl volt még mindig a negyedik, ahol 21.898 forintot költött átlagosan egy nap egy turista, de utána következett a Dél-Alföld (9.680 forintot költött el egy turista egy nap), míg a két legalacsonyabb költési nagysággal, hasonló összegekkel az észak-magyarországi régió (6.949 forint) és az észak-alföldi régió (4.292 forint) található. Az országos átlag 30.427 forint volt. Az átlagnál nagyobb mértékű növekedést a Dél-Alföldön és a három nyugat-magyarországi régiókban tapasztaltunk, míg a 2019-es évhez képest erősen visszaesett az észak-magyarországi és az észak-alföldi régió is.

3. táblázat: Egy külföldi turista egy napra eső átlagos költsége (Ft) 2019-es és 2022-es években régiós bontásban

Table 3: Average daily expenditure per foreign tourist (HUF) by region in 2019 and 2022

	2019	2022	Változás 2022-re (%)	Inflációval korrigált változás (%)
Nyugat-Dunántúl	12.815	21.898	+70,9	+46,6
Közép-Dunántúl	21.663	41.516	+91,6	+67,3
Dél-Dunántúl	24.963	34.165	+36,9	+12,6
Közép-Magyarország	27.410	33.201	+21,1	-3,2
<i>Ebből Budapest</i>	27.410	33.070	+20,6	-3,7
Észak-Alföld	6.783	4.292	-36,7	-61,0
Dél-Alföld	2.784	9.680	+247,7	+223,4
Észak-Magyarország	9.402	6.949	-26,1	-50,4
Országosan összesen	23.042	30.427	+32,1	+7,8

Forrás: KSH adatbázis.

Source: based on HCSO.

Összefüggésvizsgálat a vizsgált dimenziók között

Pearson-féle korreláció-elemzéssel megnéztük, hogy milyen szignifikáns összefüggések fedezhetők fel a turisták száma és a költséik között. 2019-ben nem volt összefüggés abban, hogy egy turista hány napot töltött el és mennyit költött az itt tartózkodása alatt, azaz mindegy volt arányaiban, hogy mennyi időt töltött el Magyarországon egy turista, nem találtunk különbséget abban, hogy egy napra vetítve többet vagy kevesebbet költött-e (4. táblázat). Ugyanakkor minél több turista érkezett, annál több költség esett egy turistára (p-érték: 0,046; 0,641-es Pearson-féle korrelációs érték), azaz a mennyiséggel növekedett a költség mértéke is egy turistára vetítve, azaz működött a klasszikus kereslet-kínálat összefüggés, a több turista általánosan drágította az itt-tartózkodást, függetlenül attól, hogy valaki hosszabb vagy rövidebb időre jött. Azonban 2022-ben a turisták száma már nem az egy turistára eső költséssel függött össze, hanem az egy turista egy napjára eső költséssel szignifikánsan függött össze pozitív irányban (p-érték 0,008; 0,779 koefficiens-érték), azaz minél több turista érkezett Magyarországra, annál többet költöttek el naponta (5. táblázat).

Ebből egyenesen következik egy másik eredmény, miszerint minél több napra jött egy turista, szignifikánsan annál többet költött naponta (p-érték 0,009 és korrelációs érték 0,773), azaz az itt-tartózkodás hossza határozta meg a költség nagyságát egy turistára vetítve

2022-ben és nem a turisták száma. Míg 2019-ben nem volt szignifikáns összefüggés az egy turistára eső tartózkodási idő és az egy napra vagy egy turistára eső költségek mértéke között. A szakirodalom összefoglalóban rámutattunk arra a trendre, hogy a koronavírus pandémiát követő évben, a nyitások után átlagosan hosszabban foglaltak a turisták, mint korábban, és többet is költöttek, mint a járványt megelőző időszakban.

4. táblázat: Pearson-féle korrelációelemzés eredménye 2019-ben
Table 4: Pearson correlation analysis results for 2019

2019	Turisták száma	Tartózkodási idő (eltöltött napok száma)	Egy turistára eső napok száma	Elköltött összes költség	Egy turistára eső költség
Turisták száma	1				
Tartózkodási idő (eltöltött napok száma)	0.997***	1			
Egy turistára eső napok száma	0.143	-0.103	1		
Elköltött összes költség	0.988***	0.982***	-0.130	1	
Egy turistára eső költség	0.641*	0.653*	0.499	0.695*	1
Egy turista egy napjára eső költség	0.813**	0.801**	0.064	0.867***	0.890***

Forrás: saját szerkesztés alapján.

Megjegyzés: ***: $p < 0.001$; **: $p < 0.01$; *: $p < 0.05$

Source: own editing.

Note: ***: $p < 0.001$; **: $p < 0.01$; *: $p < 0.05$

5. táblázat: Pearson-féle korrelációelemzés eredménye 2022-ben
Table 5: Pearson correlation analysis results in 2022

2022	Turisták száma	Tartózkodási idő (eltöltött napok száma)	Egy turistára eső napok száma	Elkölthött összes költség	Egy turistára eső költség
Turisták száma	1				
Tartózkodási idő (eltöltött napok száma)	0.998***	1			
Egy turistára eső napok száma	0.060	0.102	1		
Elkölthött összes költség	0.995***	0.990***	0.073	1	
Egy turistára eső költség	0.596	0.612	0.759*	0.627	1
Egy turista egy napjára eső költség	0.779**	0.773**	0.438	0.812**	0.912***

Forrás: saját szerkesztés alapján
*Megjegyzés: ***: $p < 0.001$; **: $p < 0.01$; *: $p < 0.05$*
Source: own editing.
*Note: ***: $p < 0.001$; **: $p < 0.01$; *: $p < 0.05$*

Régiók között, ha a NUTS1-es bontást használjuk, több különbséget is találtunk az átlagos aránypárokat figyelembe véve. 2019-ben szignifikáns eltérés volt az egy turistára eső napok számában, amely Nyugat-Magyarországon volt a legnagyobb (6. táblázat). Az egy turistára és az egy turista egy napjára eső költségekben is szignifikáns eltérés mutatkozott, amelyek mindkét esetben Közép-Magyarországon voltak a legmagasabbak és Kelet-Magyarországon a legalacsonyabbak. 2022-ben az egy turistára eső napok száma már csak éppen szignifikáns eltéréseket hozott, de továbbra is Nyugat-Magyarországon töltötte a legtöbb időt az ide látogató turista. Az egy turistára és az egy turista egy napjára eső költségekben is szignifikáns eltérések voltak a régiók között, melyek továbbra is Közép-Magyarországon voltak a legmagasabbak, de Nyugat-Magyarország jelentősen felzárkózott hozzá az átlagokat tekintve. Reálértéken pedig Közép-Magyarországon kevesebbet költöttek el egy turistára vetítve és egy turista egy napjára vetítve is a külföldiek, miközben a másik két régióban nőttek a költségek.

6. táblázat: ANOVA elemzés eredménye 2019 és 2022-ben, NUTS1 kategóriában
 Table 6: ANOVA analysis results for 2019 and 2022, NUTS1 category

Évek	Változók	Nyugat-Magyarország	Közép-Magyarország	Kelet-Magyarország	Országos átlag	p-érték	eta ²
2019	Egy turistára eső napok száma	7.7	5.1	3.7	5,8	0.043	0.651
	Egy turistára eső költség	91,495	139,054	24,765	79,820	0.001	0.898
	Egy turista egy napjára eső költség	12,308	27,410	6,323	13,669	<0.001	0.937
2022	Egy turistára eső napok száma	6.9	5.0	3.8	5,1	0.042	0.651
	Egy turistára eső költség korrigált	113,060	132,805	30,807	80,891	0.001	0.887
	Egy turista egy napjára eső költség korrigált	16,514	26,656	7,466	14,746	<0.001	0.943

*Forrás: saját szerkesztés alapján.
 Source: own editing.*

DISZKUSSZIÓ

Kutatásunkban a KSH adatbázisai alapján vizsgáltuk a Magyarországra 2019-ben és 2022-ben érkező külföldi turisták (akik legalább egy éjszakát el is töltöttek Magyarországon) fogyasztási jellemzőit. A fogyasztási jellemzők közül a turisták száma mellett az egy turista tartózkodási idejére, illetve az egy turistára eső elköltött összegek mértékére fókuszáltunk. Az eltéréseket a két év között vizsgáltuk a pre- és poszt-Covid időszak utolsó (2019) és első évében (2022), továbbá fő fogyasztási jellemzők közötti különbségeket regionális bontásban (NUTS1, NUTS2) is megvizsgáltuk. A két időszak összehasonlítását a szakirodalomban találtak igazolják, ugyanis az első várakozások, majd jelentések szerint a

koronavírus pandémia utáni közvetlen időszakban preferáltak a turisták számára a vidéki helyszínek (Nyugat-Magyarország, leginkább a Balatonnak köszönhetően), a természetközeli turisztikai programok, szemben a (zsúfolt) urbanizált környezet értékeinek látogatásával (Skryl – Gregoric, 2022; Sharma et al., 2021; Haywood, 2020). A vidéki helyszínek előtérbe kerülése pedig magával hordoz egyfajta regionális sajátosságot is a turisztikai kereslet differenciálása során (Panzer-Krause, 2022; Kirca – Özer, 2021), így emiatt mi is úgy véltük, hogy lehetnek eltérések a turisták fogyasztási jellemzői között területi bontásban. Az eredményeink pedig lehetőséget nyújtanak a döntéshozóknak, hogy integrált stratégiával vonzóvá tegyék a legtöbb magyar régiót a külföldi turisták számára, és ne csak a központi területek legyenek számukra népszerűek. Erre a stratégiaalkotásra pedig a mostani, poszt-Covid időszak a lehető legjobb lehetőség.

A szakirodalom alapján megalapozott első hipotézisünket nem tudtuk elfogadni, ugyanis nem volt gyakorlatilag semmilyen változás országos szinten 2019 és 2022 éveiben (5,4 és 5,3 nap) az egy külföldi turistára vetített átlagos tartózkodási időkből. Az egyes régiók szintjén láttunk jelentősebb eltérést. Jellemzően Észak-Magyarországon (4,6 napról 2,6-ra) szignifikáns csökkenésről beszélhetünk, míg a Dél-Alföldön és Észak-Alföldön szignifikáns növekedés volt tapasztalható (3,2-ről 4,0 és 3,8 napra).

A második hipotézisünket, miszerint 2019-ről 2022-re nőttek az egy külföldi turistára eső költségek reálértéken, el tudtuk fogadni, ugyanis van egy 6,0 százalékos növekedés a két időszak között országosan is. Az ország három nyugati régiójában (Nyugat-, Közép- és Dél-Dunántúlon), valamint a Dél-Alföldön (itt sokszorosán) szignifikánsan növekedtek az egy külföldi turistára eső költségek reálértéken. Azonban Észak-Magyarországon, Észak-Alföldön szignifikáns, míg Közép-Magyarországon (ahol Budapest közel 100 százalékban fellelős minden turisztikai eredményért) is éppen szignifikánsan csökkentek az egy turistára eső költségek, de ennek ellenére országos szinten szignifikánsan nőttek ezek a költségek.

A harmadik és negyedik hipotézisünket is el tudtuk fogadni, mert mind 2019-ben, mind pedig 2022-ben is szignifikáns pozitív irányú korreláció volt a turisták száma és az egy turista egy napjára eső költségek között, de csak 1,0%-os szignifikancia szinten. 2022-ben egy kicsivel kisebb volt a Pearson-féle korreláció értéke, mint 2019-ben (0,779 a 0,813-hoz képest). Itt kell megjegyezni, hogy a turisták száma és az egy turistára eső költség esetében csak 2019-ben volt éppen szignifikáns pozitív irányú összefüggés, míg 2022-ben már nem, bár csak kicsi hiányzott volna a szignifikáns eredményekhez. Mindez azt jelenti, hogy bár reálértéken országosan nőttek az elköltött összegek egy turistára vetítve vagy egy turista egy napjára vetítve is, de ez nem a turista volumennel (vagy éppen annak elmaradásával) magyarázható, hanem valószínűleg a szakirodalom alapján vártak teljesültek, miszerint hajlamosak voltak szignifikánsan többet költeni a turisták, mint korábban, és nem érvényesült az az elv, hogy ha több turista jön, az felhajtja az árakat, ami miatt többet fognak költeni egységre vetítve.

Az ötödik hipotézis részlegesen került igazolásra, ugyanis az NUTS1 régiók között volt eltérés az egy turistára eső napok számában, azonban nem Közép-Magyarországon voltak a legalacsonyabbak az átlagok sem 2019-ben, sem 2022-ben. Így nem lehetett azt mondani, hogy a főváros dominálta közép-magyarországi régió úgy viselkedett, mint a nemzetközi fővárosi régiók, ugyanis nem Budapesten töltötte átlagosan a legkevesebb napot egy külföldi turista.

A hatodik hipotézis azonban teljesen igazolásra került, ugyanis mind 2019-ben, mind pedig 2022-ben az egy turista egy napjára eső költségek között szignifikáns eltérés volt a NUTS1 régiók között, és a legmagasabb értékeket Közép-Magyarországon mértük. Az egy turistára eső költségek tekintetében – egyébként – ugyanez volt igaz. Az értékek között az országos átlag növekedése miatt a szignifikáns különbségek kicsivel erősebbek lettek 2022-re, azonban a közép-magyarországi régióban csökkent az egy turista egy napjára eső költség nagysága, míg a másik két régióban nőtt. Miközben az egy turistára eső napok számában vannak különbségek a két évben a régiók között, az értékek között a két évben nincsenek eltérések, ennek ellenére az egy turista egy napjára eső költségek között voltak változások az évek között is. Ez azt jelenti, hogy Közép-Magyarországon kívül is megjelentek a magasabb költsési hajlandóságú vendégek, miközben Közép-Magyarországon egy főre vetítve inkább a kisebb költség jellemezte a turistákat, ahogy erre a jelenségre a második hipotézisünkben rámutattunk.

KONKLÚZIÓK

Az eredmények javarészt ráerősítenek a nemzetközi kutatásokban felvázolt várakozásokra, amelyek a koronavírus időszakban próbálták megbecsülni, illetve a 2022-es és 2023-as évben a tapasztalatok alapján később le is írták a turisták magatartásváltozásait (Lu et al., 2022; Meenakshi et al., 2023). Három fő változást lehetett azonosítani Magyarországon a koronavírus pandémia előtti utolsó és utáni első évben. Az egyik, az egy külföldi turistára eső költségek reálértéken mért növekedése 2019-ről 2022-re országosan, illetve különösen a vidéki, nyugat-magyarországi régiókban. Miközben a turisztikai szolgáltatások átlagosan nem drágultak jobban, mint az infláció mértéke. Továbbá, a 2022-es turista létszám 33 százalékkal volt kisebb, mint a 2019-es, azaz kisebb volt a piac (régiós és országos szinten egyaránt).

A másik főbb változás, hogy bár az egy külföldi turistára eső átlagos tartózkodási idő (napok száma) szinte ugyanannyi volt 2022-ben, mint 2019-ben, addig a turisták száma és az egy turistára eső költség között 2022-re már nem volt szignifikáns pozitív összefüggés. Azonban az egy turistára eső költség és az egy turistára eső napok száma között volt pozitív irányú összefüggés 2022-ben már. Mindez arra enged következtetni, hogy Magyarországra a korábbiakhoz képest magasabb költsési hajlandóságú vendégek érkeztek 2022-ben, akik, ha minél több időt töltöttek el Magyarországon, akkor már egy turistára vetítve annál többet is költöttek, miközben 2019-ben ez nem volt így. Bár az átlagosan egy főre vetített tartózkodási idő nem nőtt 2022-re 2019-ről, addig a költség nagysága már pozitív irányban függött össze azzal, ha valaki több időt töltött Magyarországon, lineárisabbá vált az összefüggés, míg előtte könnyen lehet, hogy a rövidebb tartózkodási idővel rendelkező turisták nem költöttek kevesebbet, mint azok, akik több napra látogattak hazánkba.

Azon túl, hogy a koronavírus pandémia utáni első évben jellemzően a biztosabb anyagi helyzetben maradó egyének utaztak (Chernova – Gridnev, 2023), számos olyan rendezvény is volt Magyarországon, amelyek segítettek megőrizni vagy akár továbbfejleszteni Magyarország márkaértékét. Ilyen esemény volt a Giro d'Italia első pár magyarországi etapja, a Formula 1 Magyar Nagydíj, a könnyűzenei fesztiválok, Kézilabda Európa Bajnokság vagy a Magyar Zene

Háza és a Néprajzi Múzeum megnyitása. Még érdemes lehet megemlíteni 2021-ből az Eukarisztikus Kongresszust, az UEFA Labdarúgó Európa Bajnokság mérkőzéseit, a Kajak-Kenu és SUP Világbajnokságot és az MTV EMA rendezvényét is. A legfontosabb szempont azonban az, hogy Magyarország biztonságos ország képét mutatta a koronavírus pandémia kései szakaszában és a 2022-es újranyitáskor is. A lakossághoz viszonyított átoltottság mértéke a legmagasabb volt az Európai Unióban Magyarországon 2021 tavaszán.

Továbbá, a magyar kormány számos kormányközi megállapodást kötött más országokkal az utazási korlátozások feloldásáról, majd a magas átoltottság miatt a legtöbb imént felsorolt rendezvényt nézők, résztvevők előtt sikerült megtartani. Ez a fajta biztonságérzet fokozása azt jelezte az utazóknak, hogy érdemes (akár többet is költve) Magyarországra érkezni a magasabb költési hajlandóságú turistáknak is, akik előtte lehet, hogy más helyszínekre mentek (Kumar et al., 2023). Továbbá, könnyen lehet, hogy bizonyos, korábban preferált desztinációk még nem voltak elérhetőek ezen turistáknak sem (Sharma et al., 2021). Miközben 2022-ben továbbra is erősen szignifikáns volt az, hogy az a külföldi turista, aki több napot töltött Magyarországon az egy napra vetítve is többet költött.

A harmadik változás pedig a vidéki régiók megerősödése 2022-re, amely az alternatív helyszínek vagy a fenntartható utazási módok előretörését is jelentheti a természetes környezet felfedezése iránti igény növekedése miatt (Mazilu et al., 2023). Itt fontos megemlíteni, hogy úgy erősödtek az NUTS1 szerinti nyugati és keleti régiókban, hogy nőtt az egy turistára eső átlagos költés és az egy turista egy napjára eső költés mértéke is, miközben Közép-Magyarországon ezek a számok csökkentek. Nyugat-Magyarország sokkal homogénebben teljesített jobban 2019-hez képest, mindegyik alrégióval, míg Kelet-Magyarországon Dél-Alföld teljesített a legjobban, Észak-Magyarország jelentősen, míg Észak-Alföld inkább rosszabbul teljesített az átlagos költések viszonylatában. Nyugat-Magyarországon pedig a Közép-Dunántúl és Dél-Dunántúl régiók teljesítettek kiemelkedően. Mindebből úgy tűnik, hogy Magyarország leginkább a vidéki népszerűségének köszönheti a magasabb költési értékeket, annak ellenére, hogy a korábban felsorolt események jellemzően Budapesten kerültek megrendezésre. Elképzelhető, hogy Közép-Magyarország nagyobb mértékben esett volna vissza, ha nincsenek ezek a kiemelt események, de a jövőben érdemes lehet ezekből a kiemelt nemzetközi eseményekből néhányat vidéken is megrendezni (mint ahogy az néhány sporteseménynél már meg is történt ebben az időszakban).

Továbbá, a vidék népszerűségét okozhatta az a változás is, hogy a koronavírus alatt és után a turisták a természetközeli, egzotikusabb, kevésbé látogatott helyeket a korábbiakhoz képest nagyobb mértékben látogatták (Bayramov, 2022). Rádásul Magyarországon számos kulturális rendezvény éppen vidéken kerül megrendezésre egyébként is (Jászberényi, 2016). Míg a nagyvárosoktól és így a fővárosoktól inkább tartottak az utazni vágyók az esetleges tömegek miatt, másrészt a távolságtartás nehezebb betartása okán egyaránt, plusz a vidéki, alternatívabb helyeket keresték a poszt-Covid időszakban. A magyar főváros egyébként egyre nagyobb arányban támaszkodik az üzleti utazókra, de 2022-ben az ilyen jellegű utazások még mérsékeltek voltak a kockázatészlelések miatt, ami okozhatta a közép-magyarországi régió relatív gyengébb eredményeit (Keller et al., 2024). Végezetül, a nyugati régiókban mért átlagosan magasabb tartózkodási idők segíthették azt a változást előidézni, hogy aki több napra látogatott hazánkba, az szignifikánsan többet is költött el az itt tartózkodása alatt, ami 2019-ben nem volt igaz állítás.

LIMITÁCIÓK ÉS JÖVŐBELI KUTATÁSI LEHETŐSÉGEK

A kutatásban valós, KSH által biztosított adatokon volt szerencsénk dolgozni. A KSH-szakértők elmondása szerint, azonban a mintavétel torzíthat olyan mértékben, hogy a közúton személygépjárművel a Schengeni övezeten belülről érkező utazókat nehezebb meginterjúvolni és így ők kisebb arányban kerülhettek bele a végső mintába, ami okozhat némi eltérést a valóságos adatoktól. A kutatás másik limitációja, hogy nem látunk rá a mögöttes hajtóerőkre, a számok mögött meghúzódó véleményekre, magatartásra, befolyásoló tényezőkre. Emiatt a jövőben érdemes megnézni, hogy Magyarországra azért jönnek-e tömegek, mert éppen kedvező a valutahatás (ennek korábban is kimondott hatása volt), azaz pont azért jönnek sokan, mert olcsóbb a desztináció vagy jó az ár-érték aránya. Elképzelhető, hogy ezen tényező is befolyással volt arra, hogy a 2019-es évhez képest más következtetéseket lehetett levonni a statisztikákból. Érdemes lehet a jövőben a közlekedési szokások alapján szegmentálni a mintát (Jászberényi – Kotosz, 2009), ugyanis ezek jelentősen befolyásolhatják a költés mértékei közötti eltéréseket. Érdemes lehet úgy vizsgálni a régiókat a jövőben, hogy bővítve a határon túli kapcsolódásokra is, ugyanis már egy-egy régiót egyre nehezebb kizárólag csak az országhatárokon belül értelmezni (Feketéné Benkó, 2022). Végezetül, az adatfelvétel módját érdemes kiegészíteni az elemzések során a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) eseményvezérelt adataival is, amelyen keresztül még pontosabb elemzéseket, majd következtetéseket lehetne levonni.

IRODALOMJEGYZÉK

- Abdul-Hussein, Ali – Cozzarin, Brian – Dimitrov, Stanko: *Changes in Consumer Spending Behavior during the COVID-19 Pandemic across Product Categories*, Electronic Commerce Research, 2022, November 14. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09618-9>
- Adom, Dickson – Alimov, Atabek – Gouthami, V.: *Agritourism as a preferred travelling trend in boosting rural economies in the post-COVID-19 period: Nexus between agriculture, tourism, art and culture*, Journal of Migration, Culture and Society, 2021/1. Elérhető: <https://royalliteglobal.com/jmcs/article/view/671>
- Aebli, Annika – Volgger, Michael – Taplin, Ross: *A two-dimensional approach to travel motivation in the context of the COVID-19 pandemic*, Current Issues in Tourism, 2021/1, 60–75. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1906631>
- Ali, Md. Jafor – Bhuiyan, Abul Bashar – Zulkifli, Norhayah – Hassan, M. Kabir: *The COVID-19 Pandemic: Conceptual Framework for the Global Economic Impacts and Recovery*, Towards a Post-Covid Global Financial System, 2022, 225–242. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-625-420210012>
- Bayramov, Elmirdar: *Modelling travel intention in conflict-ridden destinations: The example of Turkey, 2020-2021*, Regional Statistics, 2022/2, 75–94. <https://doi.org/10.15196/RS120207>
- Behringer Zsuzsanna – Kulcsár Noémi – Hinek Máttyás – Tevely Titanilla: *Turisztikai mobilitás-változás a Covid19-pandémia alatt és után, különös tekintettel a közlekedési eszköz- és desztinációválasztásra*, Turizmus Bulletin, 2023/3, 26–36. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2023v23n3.3>
- Brouder, Patrick: *Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world*, Tourism Geographies, 2020/3, 484–490. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>

- Bulchand-Gidumal, Jacques – William Secin, Eduardo – O’Connor, Peter – Buhalis, Dimitrios: *Artificial intelligence’s impact on hospitality and tourism marketing: exploring key themes and addressing challenges*, Current Issues in Tourism, 2023/14, 2345–2362. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2229480>
- Chan, Chung Shing: *Developing a Conceptual Model for the Post-COVID-19 Pandemic Changing Tourism Risk Perception*, International Journal of Environmental Research and Public Health, 2021/18, 9824. <https://doi.org/10.3390/ijerph18189824>
- Chernova, Olga Anatol’yevna – Gridnev, Danil Sergeyevich: *Resilience of Russian regions in the face of COVID-19*, Regional Statistics, 2023/1, 76–93. <https://doi.org/10.15196/RS130104>
- Chin, Chee Hua: *Empirical research on the competitiveness of rural tourism destinations: a practical plan for rural tourism industry post-COVID-19*, Consumer Behavior in Tourism and Hospitality, 2022/2, 211–231. <https://doi.org/10.1108/cbth-07-2021-0169>
- Corbisiero, Fabio – Monaco, Salvatore: *Post-pandemic tourism resilience: Changes in Italians’ travel behavior and the possible responses of tourist cities*, Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 2021/3, 401–417. <https://doi.org/10.1108/WHATT-01-2021-0011>
- Csapó János – Palenčíková, Zuzana – Csóka László: *Who Are the Domestic Creative Tourists in Slovakia?, Implications from a Cluster-Based Demand Analysis*, European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, 2022/1, 78–88. <https://doi.org/10.2478/ejthr-2022-0006>
- Csapody Bence – Ásványi Katalin – Jászberényi Melinda: *Gasztroturizmus és fenntarthatóság a Balatonnál – Fogyasztói preferenciák vizsgálata a szezonális és helyi alapanyagok tükrében*, Comitatus, 2022/240, 93–100.
- Davtyan, Anna – Dy, Dosedá – Dolma, Yeshi: *Impact of Covid-19 on tourist spending behavior in Thailand*, The EUASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics, 2023/38, 74–89. [https://doi.org/10.35678/2539-5645.1\(38\).2023.74-89](https://doi.org/10.35678/2539-5645.1(38).2023.74-89)
- Dube, Kaitano – Nhamo, Godwell – Chikodzi, David: *Climate change-induced droughts and tourism: Impacts and responses of Western Cape province, South Africa*, Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 2022, 39, 100319. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100319>
- Egger, Inta – Lei, Sut Ieng – Wassler, Philipp: *Digital free tourism – An exploratory study of tourist motivations*, Tourism Management, 2020/79, 104098. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104098>
- Feketéné Benkó Kata: *Határokon batárok nélkül – a területfejlesztés batárai*, Comitatus, 2022/241, 106–115. Elérhető: https://www.mrnt.hu/files/comitatus/comitatus_2022_kulonszam.pdf
- Ghosh, Avijit – Kisku, Asim – Chakrabarty, Premangshu: *Proposing Tribal Heritage Protection through Ethnotourism: A Study on Disom Sendra Festival of Ajodhya Hills in India*, Journal of Sustainability Research, 2024/2. <https://doi.org/10.20900/jsr20240008>
- Haywood, K. Michael: *A post COVID-19 future—Tourism re-imagined and re-enabled*, Tourism Geographies, 2020/3, 599–609. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762120>
- Hoschek Mónika – Németh Nikolettá – Mészáros Katalin: *A magyar lakosság utazási szokásai a COVID-19 első hulláma előtt és után*, Gazdaság és Társadalom, 2020/3-4, 59–74. <https://doi.org/10.21637/gt.2020.3-4.04>
- Jacobsen, Jens. Kr. Steen – Farstad, Eivind – Higham, James – Hopkins, Debbie – Landa-Mata, Iratxe: *Travel discontinuities, enforced holidaying-at-home and alternative leisure travel futures after COVID-19*, Tourism Geographies, 2021/2-3, 615–633. <https://doi.org/10.1080/14616688.2021.1943703>
- Jancsik András – Jászberényi Melinda – Kökény László: *Az utazásszervezés új dimenziói*, Budapest, Akadémiai Kiadó, 2019.
- Jászberényi Melinda – Kotosz Balázs: *Közlekedési szokások vizsgálata Budapest délnyugati agglomerációjában*, Statisztikai Szemle, 2009/2, 166–190.

- Jászberényi Melinda: *A fesztiválok gazdasági hatása*, in: Jászberényi Melinda – Zátori Anita – Ásványi Katalin (szerk.): *Fesztiválturizmus*, Budapest, 2016, 34–43.
- Jászberényi Melinda – Ásványi Katalin – Kökény László – Kovács Balázs – Simon András: *Válságkezelés a turizmusban*. Budapest, Turizmus Kft., 2021, 249.
- Kádár, Bálint – Gede, Mátyás: *Tourism flows in large-scale destination systems*, *Annals of Tourism Research*, 2021, 87, 103113. <https://doi.org/10.1016/j.jannals.2020.103113>
- Keller, Krisztina – Mátyás, Szabolcs – Kökény, László: *Security risks of business incentive travel*, *Vezetéstudomány Budapest Management Review*, 2024/4, 17–30. <https://doi.org/10.14267/VEZ-TUD.2024.04.02>
- Kim, Ellen Eun Kyoo – Seo, Kwanglim – Choi, Youngjoon: *Compensatory Travel Post COVID-19: Cognitive and Emotional Effects of Risk Perception*, *Journal of Travel Research*, 2022/8, 1895–1909. <https://doi.org/10.1177/00472875211048930>
- Kirca, Mustafa – Özer, Mustafa: *The effects of tourism demand on regional sectoral employment in Turkey*, *Regional Statistics*, 2021/1, 78–109. <https://doi.org/10.15196/RS110104>
- Kökény, László – Kenesei, Zsófia – Marton, Zsuzsanna – Birkner, Zoltán – Michalkó, Gábor: *Counterproductive risk-reduction strategy in travel-related decision-making*, *Anatolia*, 2022a/1, 186–189. <https://doi.org/10.1080/13032917.2022.2142251>
- Kökény, László – Jászberényi, Melinda – Syahrivar, Jhanghiz – Kökény, Levente: *Flight-to-nowhere service: Investigating factors influencing the repurchase intention*, *Journal of Vacation Marketing*, 2024/2, 261–275. <https://doi.org/10.1177/13567667221127458>
- Kökény, László – Márkus, Zita – Kökény, Levente: *Magyarországi fesztiválok fenntarthatósági jellemzőivel kapcsolatos fogyasztói elvárások vizsgálata lokalitások mentén*, *Comitatus*, 2022c/243, 102–112. Elérhető: http://www.mrrt.hu/files/comitatus/comitatus_2022_tel.pdf
- Kumar, Navin – Panda, Rajeev Kumar – Adhikari, Kishalay: *Tourists' engagement and willingness to pay behavior during COVID-19: an assessment of antecedents, consequences and intermediate relationships*, *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2023/2, 1024–1042. <https://doi.org/10.1108/jhti-02-2022-0050>
- Lu, You Hai – Liu, Peixue – Zhang, Xiaowan – Zhang, Jun – Shen, Caiyun: *Spatial-Temporal Differences in the Effect of Epidemic Risk Perception on Potential Travel Intention: A Macropsychology-Based Risk Perception Perspective*, *SAGE Open*, 2022/4, 215824402211413. <https://doi.org/10.1177/21582440221141392>
- Mazilu, Mirela – Niță, Amalia – Drăguleasa, Ionut-Adrian – Mititelu-Ionuș, Oana: *Fostering Urban Destination Prosperity through Post COVID-19 Sustainable Tourism in Craiova, Romania*, *Sustainability*, 2023/17, 13106. <https://doi.org/10.3390/su151713106>
- Meenakshi, N. – Dhir, Amandeep – Mahto, Raj V. – Nicolau, Juan Luis – Kaur, Puneet: *Travelers' Coping Strategies in the Backdrop of Revenge Tourism*, *Journal of Travel Research*, 2024/6, 1473–1489. <https://doi.org/10.1177/00472875231193596>
- Neuburger, Larissa – Egger, Roman: *Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region*, *Current Issues in Tourism*, 2020/7, 1003–1016. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807>
- Orîndaru, Andreea – Popescu, Maria-Floriana – Alexoaei, Alina-Petronela – Căescu, Ștefan-Claudiu – Florescu, Margareta Stela – Orzan, Anca-Olguta: *Tourism in a Post-COVID-19 Era: Sustainable Strategies for Industry's Recovery*, *Sustainability*, 2021/12, 6781. <https://doi.org/10.3390/su13126781>
- Pachucki, Cristoph – Grohs, Reinhard – Scholl-Grissemann, Ursula: *Is nothing like before?, COVID-19-evoked changes to tourism destination social media communication*, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2022/23, 100692. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100692>
- Panzer-Krause, Sabine: *Rural Tourism in and after the COVID-19 Era: "Revenge Travel" or Chance for a Degrowth-Oriented Restart?, Cases from Ireland and Germany*, *Tourism and Hospitality*, 2022/2, 399–415. <https://doi.org/10.3390/tourhosp3020026>

- Pinke-Sziva Ivett – Boros Kitti: *A belföldi turizmus ereje – Budapest vonzereje a belföldi látogatók véleményének tükrében*, Marketing & Menedzsment, 2022/1, 55–68. <https://doi.org/10.15170/MM.2021.56.01.05>.
- Politis, Ioannis – Georgiadis, Georgios – Nikolaidou, Anastasia – Kopsacheilis, Aristomenis – Fyrogenis, Ioannis – Sdoukopoulos, Alexandros – Verani, Elena – Papadopoulos, Efthymis: *Mapping travel behavior changes during the COVID-19 lock-down: a socioeconomic analysis in Greece*, European Transport Research Review, 2021/21. <https://doi.org/10.1186/s12544-021-00481-7>
- Sebrek, Szabolcs Szilárd – Garrido, Betsabé Pérez – Michalkó, Gábor: *Why are Unfavorable Signs of Overtourism Ignored by Urban Politics?, An Attention-based Explanation of No Intervention*, Tourism Planning & Development, 2022, 1–9. <https://doi.org/10.1080/21568316.2022.2151503>
- Sharma, Gagan Deep – Thomas, Asha – Paul, Justin: *Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework*, Tourism Management Perspectives, 2021, 37, 100786. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100786>
- Skryl, Tatiana – Gregoric, Marina: *Tourism in the Post-COVID Age*, Post-COVID Economic Review, 2022/II, 239–254. https://doi.org/10.1007/978-3-030-83566-8_15
- Sujood, Sheeba Hamid – Bano, Naseem: *Behavioral intention of traveling in the period of COVID-19: an application of the theory of planned behavior (TPB) and perceived risk*, International Journal of Tourism Cities, 2022/2, 357–378. <https://doi.org/10.1108/ijtc-09-2020-0183>
- Tömöri Mihály: *Magyarország látthatatlan nemzetközi turizmusának alakulása 2010 és 2019 között*, Területi Statisztika, 2021/2, 170–188. <https://doi.org/10.15196/TS610203>
- Töröcsik Mária – Csóka László – Németh, Péter – Neulinger, Ágnes: *Changes in the Attitudes of Hungarian Shoppers in Times of Crisis*, Financial and Economic Review, 2023/4, 82–106. <https://doi.org/10.33893/fer.22.4.82>.
- Végi Szabina – Csapó János: *Towards a better understanding of the dynamics and impacts of consumer behaviour and travel decisions in response to crises – an SLR based analysis*, Acta Turistica, 2023/1, 79–111. <https://doi.org/10.22598/at/2022.35.1.79>
- Wang, Yuting – Li, Chunxiao: *Differences between the formation of tourism purchase intention and the formation of actual behavior: A meta-analytic review*, Tourism Management, 2022, 91, 104527. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104527>
- Yang, Yang – Zhang, Linjia – Wu, Laurie – Li, Zhenlong: *Does Distance Still Matter?, Moderating Effects of Distance Measures on the Relationship Between Pandemic Severity and Bilateral Tourism Demand*, Journal of Travel Research, 2023/3, 610–625. <https://doi.org/10.1177/00472875221077978>
- Zhang, Nan – Jia, Wei – Wang, Peihua – Dung, Chung-Hin – Zhao, Pengcheng – Leung, Kathy – Su, Boni – Cheng, Reynold – Li, Yuguo: *Changes in local travel behaviour before and during the COVID-19 pandemic in Hong Kong*, Cities, 2021, 112, 103139. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103139>



•
Kulcsár Ágnes: Patakparti elégia