

Gondos Borbála

A Balaton északi partján lévő turisztikai szolgáltatók helyzete az elmúlt években

The Position of Tourism Service Providers on the North Shore of Lake Balaton in Recent Years



Összefoglalás

Az elmúlt időszakban a turizmus és életminőség kapcsolatának kutatásával foglalkoztam. Balatoni szolgáltatókat kérdeztem több témakört is érintve, úgymint aktuális gazdasági helyzet, versenyképesség, humán erőforrás, fenntarthatóság, pályázatokon való részvétel, továbbá igyekeztem néhány olyan kérdést is feltenni, amelyek kapcsolatban állnak az életminőséggel. A kérdőíves megkérdezések és mélyinterjúk során számos szolgáltatóval is beszéltem aktuális kérdésekről. A kérdőívek és mélyinterjúk elemzéseiből egyértelműen kiderült, a kis- és középvállalkozások fejlődéséhez bizalomra, együttműködésre, hálózatosodásra van szükség, ami az életminőség növekedését is elősegítheti.

Summary

This study presents the results of a questionnaire in which tourism service providers by Lake Balaton were surveyed on a number of topics, such as the current economic situation, competitiveness, human resources, sustainability issues, applications for grants, and the quality of life. Analysis of the questionnaires clearly demonstrated that in order for small and medium-sized enterprises to develop, trust, cooperation and networking are required, which can also help to improve the quality of life.

GONDOS BORBÁLA, főiskolai tanársegéd, Edutus Főiskola, Turizmus Tanszék
(gondos.borbala@edutus.hu).

A BALATON

A Balaton három régió (Nyugat-Dunántúl, Közép-Dunántúl és Dél-Dunántúl) és három megye (Veszprém, Zala, Somogy) határán fekszik. Közép-Európa és egyben Magyarország legnagyobb tava, turisztikai szempontból pedig a Budapest–Közép-Dunavidék után a második leglátogatottabb turisztikai régió.

A 19. század vége óta egyértelmű, hogy a balatoni térség fejlesztésének a turizmusra kell épülnie, így az idegenforgalom és a hozzá kapcsolódó szolgáltatások jelenthették a kiutat az elmaradott állapotból. Az elmúlt több mint száz év tapasztalataiból az is kiderült, hogy a turizmus mintegy 90%-a a part menti településeken realizálódik. Az agrárgazdaság és a turizmus együttes kezelése működőképesnek tűnik, mert utóbbi helyi piacot teremt a mezőgazdasági termékeknek, fordítva viszont kiegészítő szolgáltatása lehet egy jól működő gazdasági ágának (például szőlő- és borkészítés). Később, a szocialista rendszerben a balatoni fejlesztéseket az állami és szociális szempontok vezérelték.

A rendszerváltás óta a térségben munkahelyek szűntek meg, ezáltal tömeges méreteket öltött a munkanélküliség, így megváltoztak az alacsony jövedelmi rétegűek utazási szokásai (megszűnt a szakszervezeti és ifjúsági üdültetés). A turizmus visszaesése azért is volt kedvezőtlen, mert az ipari foglalkoztatás is csökkent az országban, a mezőgazdaságban pedig nagyszámú munkaerő szabadult fel. Ez a kedvezőtlen gazdasági folyamat az ezredfordulóra már megfordulni látszott, mely köszönhető a jelentős infrastrukturális fejlesztéseknek (szálláshely- és fürdőfejlesztés, magasabb kategóriájú szálláshelyek, vendéglátóegységek, különböző típusú szolgáltatások), a víz minőségi javulásának. Az idelátogatók már a magasabb kategóriát részesítették előnyben, így a magánszálláshelyek, kempingek, panziók iránti kereslet jelentősen csökkent (kivéve a jobb minőségűek, jobb szolgáltatást nyújtóké). Az üdülési feltételek jelentős javulása ellenére sem növekedett a külföldiek száma, viszont a belföldi látogatóké igen (bár rövidebb ideig tartózkodtak itt, mint a külföldiek), mely az akkori üdülési célnak, az életszínvonal lassú emelkedésének, a külföldi utak magasabb árának volt köszönhető. A térség egyik jelentős potenciálját a jó minőségű szőlő- és borkészítések jelentik, továbbá a turizmus szezonális csökkenését a turisták tartózkodási idejének meghosszabbítása, fajlagos költségének növelése a minőségi turizmus fejlesztésével.¹ A legkeresettebb turisztikai termékek a Balatonon az üdülőturizmus, a kulturális turizmus, a bor- és gasztronómiai turizmus, egészségturizmus, aktív turizmus és a konferenciaturizmus.

A Balaton kínálata leginkább a tömegturizmus kiszolgálására, a fürdésre koncentráltan jött létre, mely lassan tud csak változni; fokozatosan megjelennek az egyes célcsoportok igényeinek megfelelően kialakított turisztikai termékek (borturizmus, gasztronómia, egészségturizmus). Sajnos a turisztikai főszezon még mindig rövid, nagyjából 5–7 hétre tehető, melynek oka elsődlegesen az egyoldalú turisztikai kínálat, amelyen az elmúlt időszakban különböző kezdeményezésekkel igyekeznek változtatni (például MindigBalaton). A fő szabadságok időszaka a nyári hónapokra, leginkább júliusra és augusztusra esik, így a szállodák, vendéglátóhelyek bevételei leginkább erre

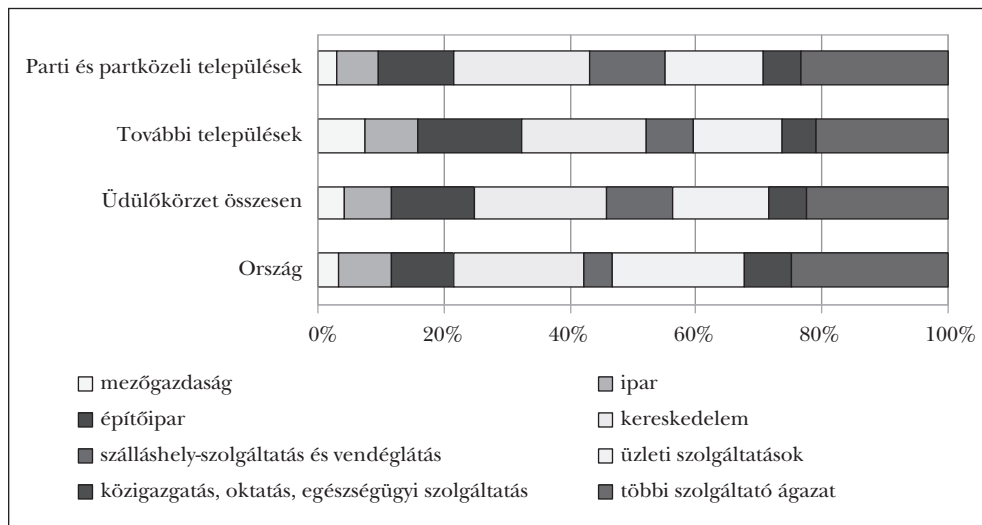
az időszakra koncentrálódnak, az év többi időszakában veszteségesek, és sok esetben bezárnak. A szállodai férőhelyek nagyjából fele fogad vendégeket egész évben. A vendéglátóegységek között kevés az egyedi kínálatot nyújtók aránya, és a személyzet is gyorsan cserélődik, nem kellően képzettek az ott dolgozók. Hiányzik egy kiépített információs rendszer, nem egységes az eligazító rendszer és a tájékoztatás.² Az elmúlt időszakban néhány településen már megoldódni látszanak ezek a gondok.

ÁLTALÁNOS ÉS GAZDASÁGI ADATOK

A Balaton Kiemelt Üdülőkörzetének területe 3886 km², melyet 179 település alkot (44 parti, 7 partközeli és 128 háttértelepülés, amely közvetlen parttal nem rendelkezik), ahol közel 262 000-en laktak 2010-ben. A területen 18 part menti város található (az északi parton Balatonkenese, Balatonfüzfő, Balatonfüred, Badacsonytomaj, Tapolca, Keszthely, Hévíz).

2009-ben a vendéglátóhelyek száma összesen 4048 darab volt, a szálláshelyek férőhelyszáma pedig 202 980 (július 31-én). A kereskedelmi és magánszálláshelyek vendégforgalma összesen közel 1,6 millió vendég volt, a vendégéjszakák száma közel 6 millió éjszaka, átlagos tartózkodási idő 3,7 éjszaka.³ A legtöbb vendégéjszakát a németek, osztrákok, hollandok, dánok, csehek, lengyelek, szlovákok és románok töltötték el a kereskedelmi szálláshelyeken. A leglátogatottabb városok kereskedelmi szálláshelyforgalom tekintetében Hévíz, Balatonfüred és Siófok, magánszálláshely tekintetében pedig Balatonboglár, Siófok, Fonyód. Összesen közel 20 000 vállalkozás működött a térségben, minden tizedik szálláshely-szolgáltatással és vendéglátással foglalkozott.⁴ (Frissebb adatok még nem állnak rendelkezésre.)

1. ábra: A működő vállalkozások megoszlása gazdasági ág szerint, 2008



Forrás: A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet társadalma és gazdasága. KSH, 2011, 20. o.

A BALATONI VÁLLALKOZÁSOK SZÁMA

A balatoni régióban 76 vállalkozás jutott 1000 lakosra, ami az országos átlag feletti (70). A vállalkozások 96%-a mikrovállalkozásként, azaz tíz fő alatti létszámmal üzemeltek. A szálláshely-szolgáltatással és vendéglátással foglalkozó vállalkozások súlyaránya a balatoni régióban volt a legmagasabb (11,2%). „Fajlagosan a legtöbb vállalkozás a Balaton térségében foglalkozik szállásadó, vendéglátó tevékenységgel, ahol 2012-ben leginkább meghaladta az országos átlagot a vállalkozások népességarányos száma a társas és az egyéni vállalkozók körében egyaránt.”⁵ A szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás gazdasági ágban „bejegyzett vállalkozások népességarányos sűrűsége a Balaton térségében kiugróan magas, a szálláshelyek turisztikai célú hasznosításához adószám igénylése ugyanis a tájegység jellegéből fakadóan itt a legerterjedtebb. A regisztrált vállalkozások tízezer lakosra jutó száma a balatoni régióban 540 volt, hétszerese az országos átlagnak (76)”.⁶ A szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás gazdasági ágban 177 ezer fő dolgozott a legutóbbi census idején, közöttük a nők voltak többségben (57%). A nők az ágazatban foglalkoztatottak között minden idegenforgalmi régióban túlsúlyban voltak.⁷ A régióban a foglalkoztatottak 12%-a dolgozott a turizmusban, a jövedelmeket tekintve nagyon alacsony volt az egy főre jutó bruttó jövedelem (a Tisza-tónál alig 150 000 Ft, a Balatonnál is hasonló összeg).⁸

A munkanélküliség és ezzel együtt a foglalkoztatottság ciklikus ingadozásai a Balaton-parti és partközeli, valamint a háttértelepülésein nagyon jól kimutatható, ami a turizmus hatásaira vezethető vissza.⁹ (A távolabbi települések esetében jóval kisebb ez az ingadozás, mely véleményem szerint azért lehetséges, mert több olyan szolgáltató van, amely nem szezonális szolgáltatást hozott létre.)

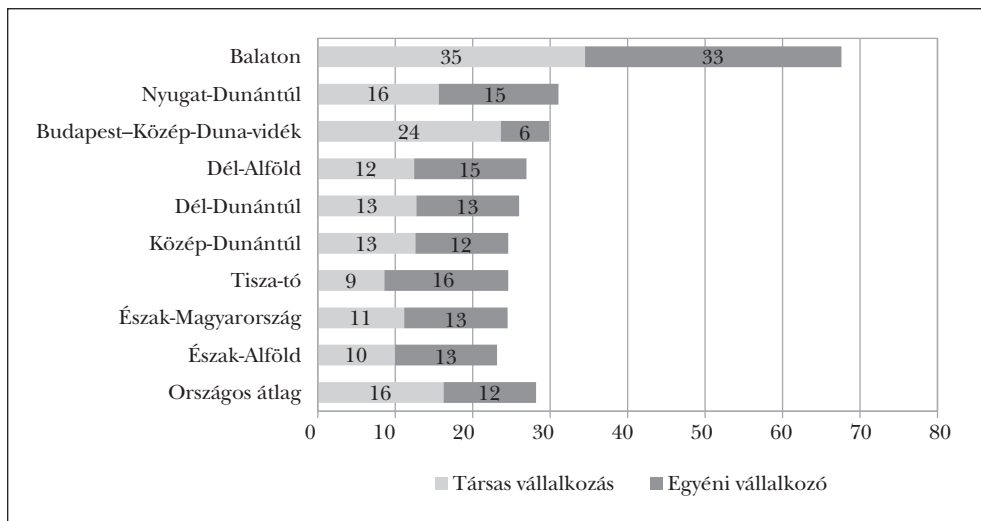
A 2., 3. és 4. ábra jól szemlélteti a Balaton dominanciáját az egyes tényezők esetében.

EGY KORÁBBI KUTATÁS A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK KÖRÉBEN

2012 februárjától 2012. május végéig zajlott egy nemzetközi kutatás (KNOWNET), amelynek célja az volt, hogy uniós léptékben felmérjük és képet kapjunk a turisztikai kis- és középvállalkozások helyzetéről, szerepéről. A nyolc ország részvételével,¹⁰ azonos metodikával végzett kutatás komparatív analízisre is lehetőséget nyújtott. A kutatás kiterjedt többek között a versenyképességre, fenntarthatóságra, pénzügyi helyzetre, innovációra, a humán erőforrások jellemzőire, valamint az életminőségben betöltött szerepükre, lehetőségükre. A felmérés időszaka alatt 100 értékelhető kérdőív született (elektronikus kérdőív). Első körben a VIMOSZ (Turisztikai és Vendéglátó Munkaadók Országos Szövetsége) tagjainak küldtük ki, továbbá a Turizmus Bulletin online hírlevelében is megjelentettük (melynek több mint húszezer olvasója van), illetve a KKVHÁZ regisztrált tagjainak is elküldtük kérdőívünket. Az írásban csak azokat az eredményeket mutatom be, amelyre az önálló kutatásomban is rákérdeztem.

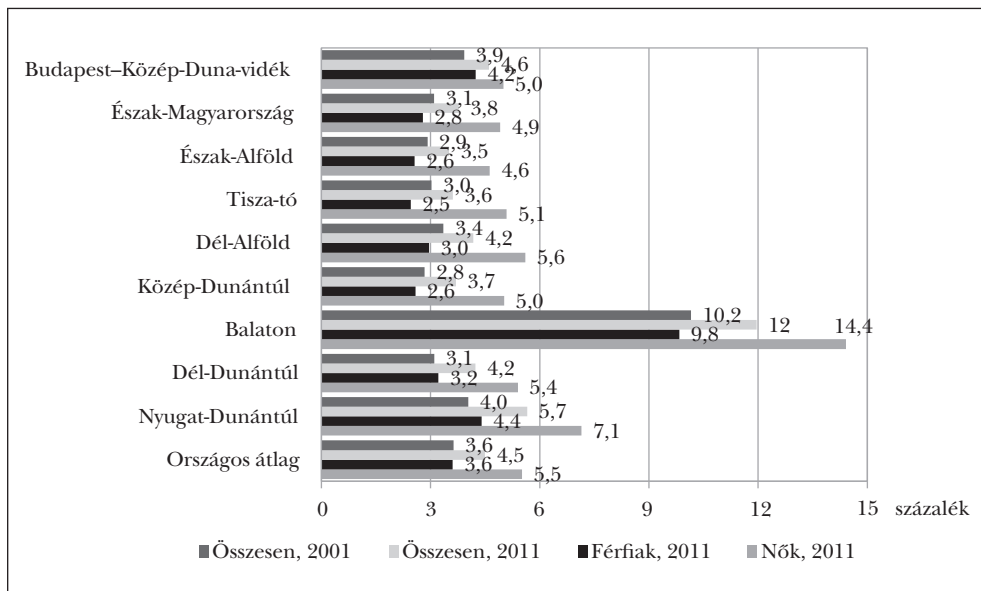
A vállalkozások legnagyobb arányban (40%) legfeljebb 10 millió Ft nettó árbevételrel rendelkeztek, a 2010-es évre vonatkozóan. A pályázatokon való részvétel nem mutat túl biztató képet, ugyanis a megkérdezettek 52%-a szokott pályázatokon részt venni (a

2. ábra: A szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ágban működő vállalkozások tízezer lakosra jutó száma idegenforgalmi régió szerint 2013-ban



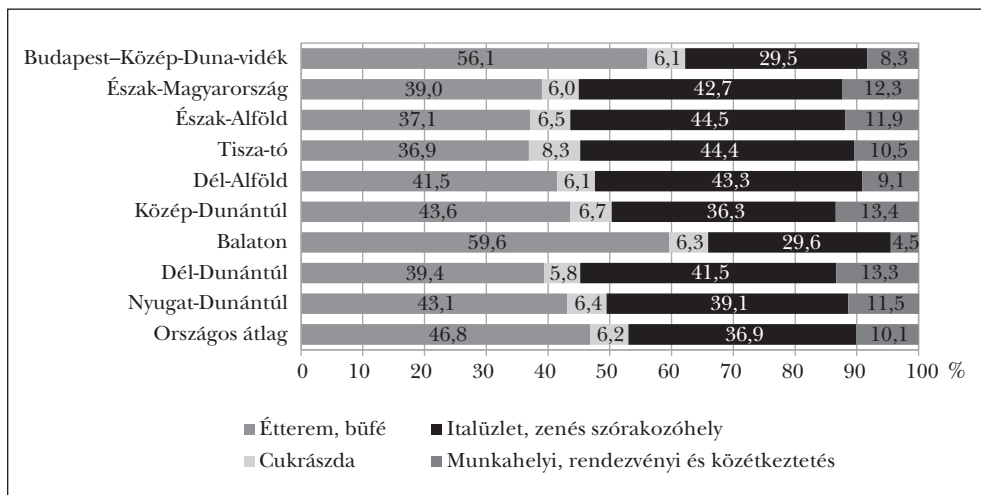
Forrás: Magyarország turisztikai régiói, 2014. Gyógy- és termálfürdők szerepe a turizmusban. KSH, 2015. december, 18. o.

3. ábra: A szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás gazdasági ágban foglalkoztatottak aránya az összes foglalkoztatottból idegenforgalmi régiók szerint 2011-ben



Forrás: KSH – A turizmusban működő vállalkozások száma 75 ezer 2013-ban. Piackutatások.hu, 2015. január 9.

4. ábra: Az idegenforgalmi régiók vendéglátóegységeinek típus szerinti összetétele, 2013. december 31.

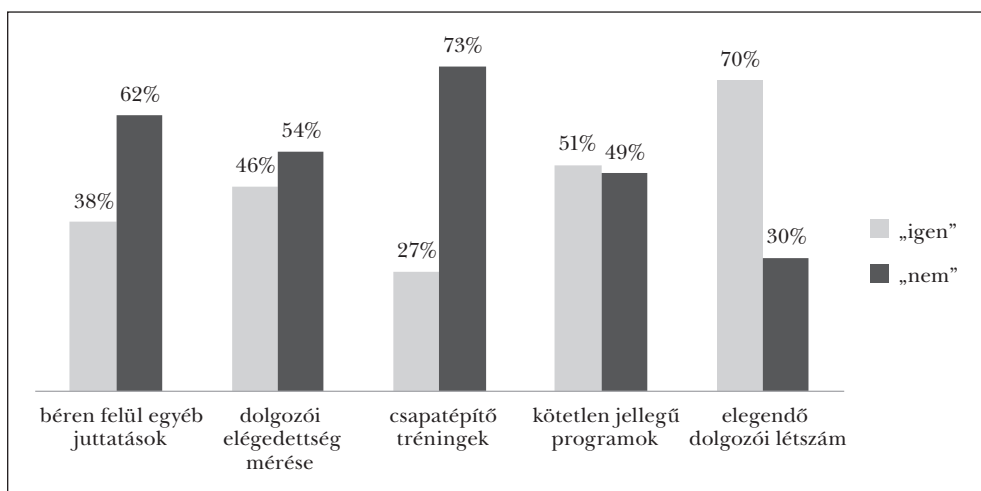


Forrás: KSH – A turizmusban működő vállalkozások száma 75 ezer 2013-ban. Piackutatások. hu, 2015. január 9.

legtöbb válaszadó a „nem tudunk pályázni, pl. forráshiány”, valamint a „nem akarunk pályázni” válaszokat jelölte meg). Közülük 73% támogatással, 2% inkább beszerzéssel kapcsolatos pályázatokon vesz részt.

A kérdőív utolsó részében az alkalmazottak életminőségének javításával kapcsolatos kérdések kerültek sorra (5. ábra).

5. ábra: Életminőségre vonatkozó kérdések eredménye



Forrás: Saját szerkesztés.

A kötetlen jellegű programok (kirándulás, karácsonyi ünnep) szervezése, valamint a dolgozói létszám megfelelése esetén az „igen” válaszok száma volt nagyobb, míg a béren felüli egyéb juttatások (cafeteria, 13. havi fizetés stb.) adása, a dolgozói elégedettség mérése, valamint a csapatépítő tréningek szervezése esetében a nemleges válaszok domináltak. Ennek magyarázata lehet, hogy a béren felüli juttatások és a csapatépítő tréningek biztosítása nagyobb anyagi ráfordítást igényel a többi tényezőhöz képest. Látható, hogy a megkérdezett vállalatok figyelmet fordítanak arra, hogy az alkalmazottak elégedettebbek legyenek, mely a munkavégzésükre, lojalitásukra is ösztönzőleg hathat.

A pályázatokon való 52%-os részvétel nem mondható jó aránynak. Szinte minden vállalkozásnak szüksége lenne többletforrásra, támogatásra, pályázati pénzekre a fejlesztéshez. Jó néhányan azért nem tudnak pályázni, mert nem rendelkeznek azokkal az elsősorban pénzügyi feltételekkel, melyekkel elérhetőek lennének a támogatások. Ezen mindenképpen változtatni szükséges, hiszen a turisztikai vállalkozások jelentős százaléka a kkv-szektorban található, így ennek a területnek a fejlesztése, pályázati forrásokhoz való juttatása elengedhetetlen.

Az életminőség jelentősége és ennek kutatása egyre fontosabb szerepet játszik napjainkban, ezért is tettünk fel erre a témára vonatkozó kérdéseket. Ennek a tényezőnek a szerepe azért lehet fontos, mert ha az egyén azt érzi, hogy megbecsülik, elismerik a munkahelyén, elégedetté válhat. A válaszokból az derült ki, hogy anyagi juttatásban kevésbé részesítik az alkalmazottakat, viszont különböző programokat szívesen szerveznek. A kkv-k esetében érthető, hogy a dolgozók nem számíthatnak olyan mértékű juttatásokra, mint egy nagyobb vállalatnál (például szállodalánc), bár egyértelműen alapvető lenne ezeknek a juttatásoknak a szerepe: nőne az alkalmazottak egy főre jutó diszkrécionális jövedelme, ezáltal ők is bekapcsolódnának a turizmusba, az utazással szerzett élményekkel növekedne az elégedettségük, és ez az életminőségükre is pozitívan hatna.¹¹

AZ ÉLETMINŐSÉG FOGALMA ÉS ÉRTELMEZÉSE

Az életminőség kifejezést Pigou használta először 1920-ban, mégis az 1950-es években terjedt el szélesebb körben. Az életminőség fogalmát már sokan meghatározták az egyes tudományterületeken, amely egyben azt is jelzi, hogy rendkívül összetett problémaegyüttesről van szó.

Diener hasonló elméletet dolgozott ki,¹² mint Veenhoven, az életindex bevezetésével (pl. a felsőfokú képzésben részt vevők aránya, jövedelemegyenlőség). Veenhoven szerint az életminőséget nemcsak gazdasági, hanem politikai és társadalmi tényezők is befolyásolják.¹³

Godfrey véleménye az volt,¹⁴ hogy az életminőség olyan tényezők együttese, melyek hozzájárulnak az állampolgárok társadalmi, gazdasági és környezeti jólétéhez, így az életminőség emelése a társadalmi, gazdasági és környezeti feltételek olyan javítását jelenti, amely értelmet ad a polgárok életének. A jövedelemnek és a családnak meghatározó szerepe van, az életminőség nem nő magától, mindenki hozzájárulása szükséges.

Az 1970-es években az OECD-országok és az ENSZ egy időben indították el a különböző statisztikai rendszerek kidolgozását társadalmi jelzőszámok mérésére vonatkoztatva, majd az Egyesült Államokban új monitoringrendszert dolgoztak ki, például a népességkutatás területén, így ezen mozgalmaknak köszönhetően széles körben elterjedtek az életminőséggel és életszínvonallal kapcsolatos kutatások, melyek fókuszában a minőségi kutatás állt, szemben az addigi mennyiségi adatokkal.¹⁵

Az életminőség kutatására két modellt használnak: a skandináv és az amerikai modellt. A skandináv megközelítés szerint objektív mutatókat kell használni, mint a kereset, iskolai végzettség, társadalmi kapcsolatok, melyek felhasználhatók az egyén életminőségének javítására, továbbá úgy értelmezi az életminőséget, hogy a jólétet az alapvető szükségletekkel való elégedettséggel tekinti egyenlőnek.¹⁶ Az amerikai irányvonal ezzel szemben az egyén saját tapasztalataira hagyatkozik, a jólétet az egyén szubjektív elégedettségét és boldogságát mérő indikátorokon keresztül vizsgálja.¹⁷ Ez a modellt a szubjektív érzékelés jelentőségét emeli ki, mely szerint az egyén képes leginkább megítélni saját helyzetét és életminőségét, melyen keresztül lehet a társadalom életminőségére következtetni. Ezt a kétfajta megközelítést próbálta Allardt ötvözni,¹⁸ aki Maslow-val szemben úgy vélte, anélkül is eljuthatunk a magasabb szintre, hogy az alacsonyabbat kielégítsük.

KUTATÁSI MÓDSZEREK ÉS EREDMÉNYEK

A kutatás módszertana

Kutatási módszerként a kvantitatív kutatást választottam, kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, a megkérdezettek körébe a Balaton északi partján működő, elsősorban turisztikai kis- és középvállalkozások tartoztak (szálláshelyek, vendéglátóegységek, cukrászdák, borászatok, helyi térségi programszervezők). A kutatás 2013. július 1. és 2015. július 22. közötti időtartama alatt 139 kitöltött kérdőív született, amelyből az elemzést adó 129 szolgáltató az északi parton, 10 a déli parton található. A kérdőívet egy internetes felületen készítettem el, és továbbítottam az akkori Magyar Turizmus Zrt. által küldött címlistára, az interneten fellelhető összes, az északi parton megtalálható szolgáltatónak elküldtem (több mint 2000 e-mail-címre), továbbá a turisztikai egyesületek, szervezetek is továbbították tagjaik számára. Az elektronikusan visszaérkezett kérdőívek aránya nagyon alacsony, kevesebb mint 10% volt, amely leginkább a bizalmatlansággal, esetleg időhiánnyal magyarázható. A személyes lekérdezés során, mely a kérdőívek közel 60%-át tette ki, segítőkészebbnek bizonyultak a vállalkozók.

A kérdőív 58 kérdésből állt, döntően zárt kérdéseket tartalmazott, a kérdőív végén pedig lehetőség nyílt arra, hogy a válaszadók kifejtsek véleményüket, ha a kérdések válaszai között nem találták meg a megfelelőt, vagy ha a kérdőív nem érintett olyan témakört, amely véleményük szerint fontos lenne, és szívesen megosztanák gondolataikat a balatoni vállalkozások helyzetéről (akár a saját vállalkozásukról, akár összességében).

A kutatásom célja az volt, hogy megvizsgáljam a balatoni szolgáltatók helyzetét és hozzáállásukat olyan kérdésekhez, mint például a versenyképesség, fenntarthatóság, pályázatokon való részvétel és az alkalmazottakkal való kapcsolatuk.

A kérdőívek elemzése

A legtöbb megkérdezett vállalkozás székhelye Veszprém megyében található (71%), majd Zala megyében (19%), Pest megyében (9%) és Győr-Moson-Sopron megyében (1%). A vállalkozások többsége magánvállalkozás (91%), 2% alapítvány/egyesület, 4% közintézményi/állami, 3% pedig az egyéb kategóriába tartozott. A bevételek esetében a megadott kategóriákból tudták kiválasztani a számukra legmegfelelőbbet, de a kitöltők 18%-a így sem árulta el a vállalkozása bevételét. (Meglepő módon akadt olyan vállalkozó, aki, állítása szerint, nem tudja a bevételét.) 2012-ben a válaszadók 36%-ának legfeljebb 5 millió Ft bevétele volt, 14%-ának legfeljebb 10 millió Ft, 16%-nak legfeljebb 50 millió Ft. A vendégek száma tekintetében közel 38%-uk nem tudta megadni az adott és az azt megelőző három évben lévő vendégszámot.

Az utazási szokásokra vonatkozó kérdések esetében a válaszadók 88%-a érez bizonyos változást az utazási szokásokban, 9% nem, 2%-uk pedig nem adott választ. A választ adók 47%-a szerint pozitív változás érzékelhető, amely abban nyilvánul meg, hogy több vendég érkezik (a legtöbb választ kapta), hosszabb ideig tartózkodik az üdülőhelyen, és minőségi szolgáltatást vesz igénybe. A negatív választ adók kevesebb vendéget, rövidebb ott-tartózkodást és kevesebb költséget említettek.

A következő kérdések arra vonatkoztak, vannak-e rendezvények az adott településen, amennyiben igen, mennyire befolyásolják a vállalkozás iránti keresletet, kezdeményez-e a vállalkozó saját maga is rendezvényt, és ha igen, melyeket. A válaszok 95%-ban azt mutatták, hogy van az adott településen valamilyen rendezvény, és 1-től 5-ig terjedő skálán 3,4-re értékelték a vállalkozásuk iránti keresletet az adott rendezvény időpontjában. 67%-ban nem kezdeményeznek rendezvényt, 27%-ban igen. A saját kezdeményezésű rendezvények között szerepeltek főzőversenyek, gasztronómiával kapcsolatos (étel, ital) rendezvények, koncertek, sportrendezvények.

A vendégkörre vonatkozó kérdésekből kiderült, hogy 75% felett van a magyar vendégek részaránya, a többi a szomszédos országokból, Európa más országaiból és Európán kívülről érkezik. A válaszokat értékelve, érdemes lett volna egyes országokat is felsorolni, hogy láthatóvá váljon, melyek a legfontosabb küldő országok a balatoni települések esetében. A személyes lekérdezés során ezekre fény derült: elsősorban német nyelvterületekről, továbbá a környező országokból és skandináv területekről érkeznek a vendégek.

Az alkalmazottakra vonatkozó kérdések során arra kerestem a választ, hogy hány főt és milyen munkaerőt alkalmaznak, minden szezonban ugyanazokat veszik-e fel, az alkalmazottak milyen nyelveket beszélnek, és alkalmaznak-e fogyatékkal élőket. Megállapítható, hogy átlagban közel 20 főt foglalkoztatnak a vállalkozásokban: ebből főállásban átlagosan 13 fő, mellékállásban (idényjelleggel) közel 6 fő, részmunkaidőben átlagban nincs 1 fő. 67 vállalkozás csak helyi munkaerőt alkalmaz, 11 csak regionálisat, 21 helyit és regionálisat egyaránt, tízen helyit és országosat, összesen egy olyan vállalkozás akadt, ahol helyi, regionális, országos és külföldi munkaerő is megtalálható (Balatonszepezd), és szintén egy vállalkozás esetében helyi és külföldi munkaerőt alkalmaznak (Szentantalfa). A vállalkozások 57%-a minden szezonban ugyanazokat az

embereket alkalmazza. A nyelvtudásukat tekintve, 43 vállalkozásban beszélnek angolul és németül az alkalmazottak, 21-ben csak németül, ezek mellé csatlakozik a francia, olasz, holland és egy-egy vállalkozásban a dán, finn, román, görög, szlovák, spanyol. Tíz vállalkozásban egyáltalán nem beszélnek idegen nyelveket. A megkérdezett vállalkozások döntő többségében, majdnem 50%-ában az angol és német nyelvtudás elégséges, ezenkívül az orosz és francia is hasznos, és egy-egy esetben a skandináv nyelveket, a kínait, csehet, lengyelt említették. A válaszadók 10%-a alkalmaz fogyatékkal élőket, átlagban közel 2 főt.

A pályázatokra vonatkozó kérdéseknél kiderült, hogy a válaszadók 58%-a nem szokott részt venni pályázatokon, indokként leggyakrabban a „nem akarunk”, „nem tudunk”, „nem ismerjük a pályázati lehetőségeket”, „nincs pályázatóró munkatárs” válaszok hangzottak el. A válaszadók 41%-a szokott pályázni, leginkább támogatásos pályázaton vesz részt, vagy támogatásos és beszerzéses pályázaton egyaránt.

Vállalkozásuk jövőbeni helyzetével kapcsolatban a legtöbben (53%) úgy ítélték meg, hogy fejlődni fog, 31% szerint stagnál, és 14%-uk szerint visszaesik. Ugyanolyan megoszlásban (47%) szerzik be a termékeket helyi termelőtől, mint más helyekről (48%).

A turizmushoz való kapcsolódásuknál a következő válaszok születtek: 56% szállás, 35% vendéglátás, 6% helyi termelő. A legkeresettebb termékek is az előzőekben tárgyalt megoszlást mutatják, azaz szállás, majd étkezés, ezek kombinációja és a bor. A legkeresettebb termékek átlagban 87%-át adják a vállalkozások bevételeinek.

A megkérdezett vállalkozások 84%-ának van saját honlapja; 56 esetében magyar, angol és német nyelven, kilencnek magyarul és németül, 21 vállalkozásnak csak magyarul, és egy-egy esetben említettek egyéb nyelveket a magyar, angol és német mellé (pl. francia, cseh, lengyel, szlovák, holland, dán, román, spanyol, olasz).

A megkérdezettek 51%-a szezonálisnak ítéli meg a vállalkozását (ez nem jelenti minden esetben a májustól októberig tartó időszakot, van, aki egy-két hónapra zár csak be), 28%-uk szokott egyéb tevékenységet is folytatni, a legtöbben kereskedelemmel foglalkoznak.

Versenyképességüket a következőképpen ítélték meg a megkérdezett vállalkozók: 52%-ban gondolták úgy, hogy nagy a verseny a sok szolgáltatóval, 11%-ban úgy vélték, hogy nagy a verseny néhány szolgáltató között, és mérsékelt a verseny néhány szolgáltatóval.

A következő kérdések kifejezetten az alkalmazottakra és ösztönzésükre vonatkoztak. 71%-a a megkérdezett vállalkozásoknak nem szervez csapatépítő tréningeket, 51%-ban nem szervez kötetlen jellegű programokat, 60%-ban az alkalmazottak nem kapnak béren felüli juttatást. 58% nem méri a dolgozói elégedettséget, 37% igen, és leginkább, 33%-ban elbeszélgetéssel. Alkalmazottaikat főképp anyagilag, kellemes munkahelyi légkör megteremtésével, dicsérettel tudja motiválni, és ezzel elősegíteni a dolgozói elégedettséget.

1-től 5-ig terjedő skálán kellett értékelni, hogy a megkérdezett szerint mennyire családbarát a vállalkozása. A válaszok összesítésében 4,3 értékelést kapott, ami jó eredménynek tekinthető. 67%-ban úgy vélték, hogy elegendő a vállalkozás dolgozói lét-

száma, és 4,6-os átlagot kapott az a kérdés, mennyire figyel oda, hogy alkalmazottait a képességeinek megfelelő munkakörben alkalmazza.

Az utolsó kérdésben néhány tényezőt kellett értékelni aszerint, hogy mennyire tartja fontosnak a válaszadó a vállalkozása szempontjából.

1. táblázat: Mennyire fontosak Önnek és vállalkozásának az alábbiak? (1-től 5-ig terjedő skálán)

Tényezők	Átlag
Fenntarthatóság	4,57
Versenyképesség	4,60
Minőség	4,84
Innovativitás	4,22
Szakmai felkészültség, hozzáértés	4,64
Kooperáció	3,95
Bizalom	4,76
Aktív szakmai részvétel, jelenlét	3,64
Hatékony és gyors információáramlás	4,47
A jó gyakorlatok megismerése	4,37
Dolgozók ösztönzése	4,17

Forrás: Saját kutatás.

A fenti táblázatból látható, hogy a legmagasabb értéket a minőség, bizalom és a szakmai felkészültség, hozzáértés kapta, míg a legkevesebbet az aktív szakmai részvétel, jelenlét, kooperáció és a dolgozók ösztönzése. Kevésre értékelték a kooperációt, sokan csak a saját vállalkozásukra gondolnak. Életminőség szempontjából a dolgozók ösztönzése kapta a harmadik legalacsonyabb értéket, pedig az elégedett dolgozó jobban teljesít, ezzel nagyobb bevétele származhat a vállalkozásnak, például a visszatérő vendégeknek köszönhetően.

A kérdőív utolsó részében szabadon megoszthatták véleményüket a balatoni vállalkozásokról, azok helyzetéről. Sok partmenti, szezonálisan nyitva tartó szolgáltató helyzetét fogalmazza meg az egyik vállalkozó: „Az emberek pénzhányban szenvednek, ezért a szépségre keveset áldoznak. A strandszezon pár hét, így ez kevés a normális haszon szerzéséhez.” A vendéglátósok sem fognak össze, hogy egymást segítsék. Egy másik vélemény szerint a kisebb szállásadók egymással versenyeznek, pedig inkább arra lenne szükség, hogy Magyarország, a Balaton a világpiacon is meg tudjon jelenni kínálatával. Van, aki úgy véli, a borászokkal nem lehet együttműködni, illetve az áfa szempontjából a szállásadók jobb helyzetben vannak az éttermekhez vagy utaztatással foglalkozókhöz képest.

A kérdőívezés során azzal a véleménnyel is találkoztam, hogy az egységet részesítenék előnyben, szerencsésebb lenne, ha maga a Balaton mint desztináció jelenne meg a piacon, nem külön-külön a települések, elaprózva.

A SZÉP Kártyával és az online pénztárgéppel kapcsolatban a következő vélemény fogalmazódott meg: „A SZÉP Kártya bevezetése nagyon sokat lendített jó irányban

a vendégforgalmon, és kezdi kifejéríteni a szálláskiadást... A NAV tevékenysége, az óriási bürokrácia terhe viszont sokat árt. Sokan visszaadják az engedélyüket, a tevékenységüket viszont tovább folytatják, csak zárt ajtók mögött.”

A munkaerő hiánya is gondot okoz. Nem csupán az a probléma, hogy külföldre mennek dolgozni kétszeres, háromszoros jövedelemért, hanem a főiskoláról, egyetemről kikerült végzett hallgatók képességei sem megfelelőek, nem mindenki elégedett a képzés színvonalával, leginkább a gyakorlatorientált képzést hiányolják, főleg a vendéglátás területén. „Annak ellenére, hogy munkanélküliségről hallunk, szinte lehetetlen intelligens és elkötelezett munkaerőt találni. [...] Nem megoldott a dolgozók közlekedése, azaz akinek nincsen autója, nem tud dolgozni, mert a buszjáratok nem akkor és nem úgy közlekednek, hogy a vendéglátóiparban dolgozók hasznát vegyék.”

Az egyik vállalkozó szavai jól összefoglalják a gondokat: „Nincs buszos turizmus, az all inclusive vagy félpanziót szeretik az emberek, csak a part mentén maradnak és esznek, feljebb nem mennek már, keveset költenek, 1-2 éjszakás vendégek vannak, a munkaerő inkább más országba megy, magasabb fizetésért, ugyanennyi munkáért.” Van, aki úgy véli, hogy nem hangolják össze a különböző rendezvények időpontjait, ezzel vendégeket vesznek el egymástól, illetve nem mindig a helyi szolgáltatókat hívják, hanem más régióbelit, így a bevétel sem a helyi gazdaságot segíti, támogatja. Többen úgy vélik, hogy nem képviselik őket megfelelően a szakmai szervezetek, többet várnak a felsőbb szervektől.

Mindemellett pozitív véleményekkel is lehet találkozni, akad, aki tudatosan a helyi gazdaságot támogatja azzal, hogy helyi termelőtől szerzi be a mézet, sonkát, sajtot, lekvárt, bort, mert fontosnak tartja az együttműködést. Egy másik válaszadó szerint: „Bízom benne, hogy az egynyári büfések eltűnnek, mert rontják az image-t. Sajnos sokan megragadtak a 20-30 évvel ezelőtti szinten. Tablettel vesszük fel a rendelést, így az rögtön megy a konyhára.” Egy strandbüfé elmondása alapján: „név szerint szólítjuk a vendégeket, nem adok el bővlit, csak minőségi alapanyagból dolgozom”. Többen rugalmasságot tanúsítanak az alkalmazottak felé, béren felüli juttatást is adnak, továbbá többen is kiemelték, hogy együttműködnek másokkal, ami a vállalkozások hosszú távú működéséhez elengedhetetlen.

ÖSSZEZÉS

A témával kapcsolatos kutatásom jelenleg is zajlik, jelen írásom bizonyos területek részeredményeiről ad számot. Az online kérdőív és a kérdőív személyes lekérdezése során vegyes tapasztalatokra tettem szert: a vállalkozások egy része elzárkózik az együttműködéstől, kizárólag a saját cégével foglalkozik, legtöbbször mást hibáztat a kialakult helyzete miatt, és nem ismeri fel a lehetőséget a más partnerekkel való együttműködésben. A válaszadók nagyobb hányada azonban pozitívan látja a jövőt, és együtt is működik másokkal, helyi alapanyagokat/szolgáltatásokat használ, és valamilyen formában támogatja dolgozóit.

Az elemzésből kiderült, hogy a versenyképesség, fenntarthatóság, minőség fontos helyen szerepel a vállalkozás működése szempontjából. Az alkalmazottak ösztönzé-

se viszont háttérbe szorul, kevesen fordítanak energiát arra, hogy megfelelő módon motiválják munkavállalóikat: leginkább anyagilag, kellemes munkahelyi légkör megteremtésével, dicsérettel segítik elő a dolgozói elégedettséget. Ahhoz, hogy egy vállalkozás hosszú távon működőképes legyen, az alkalmazottakat is érdekeltté kell tenni. Véleményem szerint ezen a területen erős hiányosságok mutatkoznak, hiába fontos, mégsem gyakorolják a bizalmat és a munkaerő megbecsülését a vállalkozók.

A kérdőíves elemzésem, több korábbi kutatást is figyelembe véve, a következő területeken ad új ismereteket: a rendezvények hatása a szolgáltatások keresletére, alkalmazottak szakmai felkészültsége, szaktudása, képessége, az alkalmazottak motiválásának lehetséges munkaadói eszközei, a vállalkozás környezetének ismerete és hatása a szolgáltatások működésére. A kérdőíves adatok elemzése során több lehetséges kutatási irány is felmerült, amelyekkel közelebb kerülhetünk ezen desztináció és vállalkozói körének alaposabb megismeréséhez:

– A Balaton déli partján működő turisztikai szolgáltatók megkérdezése, kérdőívek és mélyinterjúk segítségével, amely összehasonlítható lenne az északi part eredményeivel.

– A munkaerő elvándorlásának okai a balatoni régióból; több szolgáltató panaszkodott, hogy az alkalmazottai a jobb körülmények és jövedelemkereseti lehetőségek miatt más országba távoztak.

– A turisztikai képzés helyzete és a végzett hallgatók képességei, elhelyezkedési lehetőségei; a vállalkozók elmondása szerint, sok esetben a végzett hallgatók a gyakorlati képességek hiányában nem tudják elvégezni a munkát, így nekik kell betanítani őket (a duális képzés ezt hivatott megoldani).

– A vendégkör és a küldő területek motivációi, költségei és költsésszerkezetének alaposabb feltérképezése.

JEGYZETEK

¹ Buday Sántha Attila: *Balaton régió. Tér és Társadalom*, 2008/4., 43–62. o.

² *Balaton Kiemelt Üdülőkörzet Hosszú Távú Területfejlesztési Konceptió 2020-ig*. Balatoni Integrációs Közhasznú Nonprofit Kft., Balatonfüred–Siófok, 2009.

³ *KSH – A turizmusban működő vállalkozások száma 75 ezer 2013-ban*. Piackutatások.hu, 2015. január 9. www.piacutatasok.hu/2015/01/ksh-turizmusban-mukodo-vallalkozasok.html (Letöltés: 2015. augusztus 1.)

⁴ *A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet társadalma és gazdasága*. KSH, 2011. január. www.terport.hu/webfm_send/4053 (Letöltés: 2016. június 20.)

⁵ KSH – A turizmusban működő..., i. m.

⁶ Uo.

⁷ Uo.

⁸ Uo.

⁹ *Balaton Kiemelt Térség Fejlesztési Programja*. Balaton Fejlesztési Tanács, 2012–2013.

¹⁰ Franciaország, Belgium, Olaszország, Ausztria, Törökország, Szlovénia, Románia, Magyarország.

¹¹ Gondos Borbála – T. Nagy Judit: *A turisztikai kkv-k jelenlegi helyzete és szerepe Magyarországon*. 2012. http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2012/kreativ/gondos_tnagy.pdf

¹² Ed Diener – Marissa Diener: *Cross-cultural correlates of life satisfactions and self-esteem*. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 68, No. 4., 1995, 653–663.

- ¹³ Ruut Veenhoven: *The study of life-satisfaction*. In: A Comparative Study of Satisfaction with Life in Europe. Eds.: Willem E. Saris et al., Eötvös University Press, Budapest, 1996, 11–48.
- ¹⁴ John Godfrey: *Standard of Living or Quality of Life: Does One Come First?* TD Forum, 2002.
- ¹⁵ Angus Campbell: *Subjective measures of well-being*. American Psychologist, Vol. 31, No. 2., 1976, 117–124.
- ¹⁶ Robert Erikson: *Descriptions of Inequality: the Swedish Approach to Welfare Research*. In: The Quality of Life. Eds: Martha Nussbaum, Amartya Sen, Clarendon Press, Oxford, 1993, 67–84.
- ¹⁷ Campbell, i. m.
- ¹⁸ Erik Allardt: *Having, Loving, Being: An Alternative to the Swedish Model of Welfare Research*. In: The Quality of Life. Eds: Martha Nussbaum, Amartya Sen, Clarendon Press, Oxford, 1993, 88–94.

TOVÁBBI FELHASZNÁLT IRODALOM

- Egedy Tamás: *Városrehabilitáció és életminőség*. Budapest, MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, 2009.
- Az életminőség feltételei*. Szerk.: Utasi Ágnes, MTA Politikai Tudományok Intézete, Budapest, 2007.
- Eugene C. Johnsen: *Structures and Processes of Solidarity: an Initial Formalization*. In: The Problem of Solidarity. Eds.: Patrick Doreian, Thomas J. Fararo, Gordon and Breach Publishers, Amsterdam, 1997.
- Magyarország turisztikai régiói, 2014. Gyógy- és termálfürdők szerepe a turizmusban*. KSH, 2015. december. www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/pecsturisztreg14.pdf (Letöltés: 2016. június 20.)
- Carol D. Ryff – Corey L. Keyes: *The Structure of Psychological Well-Being Revisited*. Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 69, No. 4., 1995, 719–727.
- Települési életminőség*. Szerk.: Tózsza István, BKÁE Államigazgatási Kar, Közigazgatás-szervezési és Urbanisztikai Tanszék, Budapest, 2003.
- www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/gyorbalatont.pdf (Letöltés: 2013. január 1.)