

A TURISZTIKAI KKV-K JELENLEGI HELYZETE ÉS SZEREPE MAGYARORSZÁGON

GONDOS BORBÁLA¹ - T. NAGY JUDIT²

Összefoglalás:

Egy nemzetközi projektnek köszönhetően lehetőségünk nyílt arra, hogy felmérjük Magyarországon a turisztikai kis- és középvállalkozások helyzetét (többek között: a versenyképesség, a fenntarthatóság, az innováció és a minőség témakörében). Mivel a projekt már lezárult, lehetőségünk van arra is, hogy hazánkat más országokkal is összehasonlítsuk. A projektben részt vevő partnerek ugyanazon kérdőívet használták a helyzetképük feltárására, így nemzetközileg egy átfogó képet kapunk az országok adottságairól, sajátosságairól.

A kutatás célja volt, hogy a hazai turisztikai kis- és középvállalkozások helyzetéről, szerepéről egy áttekintést kapjunk, és ezen információk birtokában a jelenlegi állapotról egy gyors képet mutassunk. Ezen kívül a kutatási eredményekből kitűnnek a magyar KKV szektor szűk adottságai, lehetőségei, amelyek az említett témakörökben sajnos jelen pillanatban a fejlődés gátjait képezik. Az eredmények segítenek abban, hogy javaslatokat tudjunk megfogalmazni a jövőbeni fejlesztési lehetőségekre vonatkozóan.

Kulcsszavak:

turisztikai KKV, fenntarthatóság, versenyképesség, életminőség, statisztikai elemzés

Summary:

Due to an international project has an excellent possibilities as to be able to assess in Hungary SMEs in the tourism sector, for participation in projects, relationships with professional organizations, relationship to sustainability attitudes, trainees the possibility of using and the impact of company on quality of life. It provides, among other things, to our country in order to become comparable with other countries, as the project partners the same questionnaire was filled out. Thus, we become a comprehensive picture of the international practice. The research aims primarily to get to know as much as possible about the Hungarian SMEs in tourism sector and with this information, we may suggest areas for improvement.

Keywords: SMEs in tourism sector, sustainability, competitiveness, quality of life, analyze,

Bevezetés

2012 februárjától 2012 május végéig zajlott egy nemzetközi projekt kutatása (KNOWNET), aminek célja az volt, hogy Európai Unió léptékben felmérjük és képet kapjunk a turisztikai kis- és középvállalkozások helyzetéről, szerepéről. A nyolc ország részvételével³, azonos metodikával végzett kutatás komparatív analízisre is lehetőséget teremt, ahol többek között a következőkre voltunk kíváncsiak: versenyképességük, fenntarthatóságuk, pénzügyi helyzetük, innovációik, humán erőforrások jellemzői, szerepük az életminőségben. A felmérés időszaka alatt 100 értékelhető kérdőív született (elektronikus kérdőív), melynek eredményei a későbbiekben láthatóak, azonban előtte néhány mondatban a magyarországi KKV szektor sajátosságairól is szólnunk kell.

¹ Főiskolai tanársegéd, Edutus Főiskola, Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola PhD-hallgatója, e-mail: gondos.borbala@edutus.hu

² Főiskolai adjunktus, Edutus Főiskola, e-mail: t.nagy.judit@edutus.hu

³ Franciaország, Belgium, Olaszország, Ausztria, Törökország, Szlovénia, Románia, Magyarország

A turisztikai KKV-k szerepe Magyarországon

KKV-k Magyarországon

Magyarországon, ahogy az 1. számú ábrán is látható közel 550.000 vállalkozás található, mely főként a magas vállalkozási hajlandóságnak köszönhető. A KKV-k részaránya nagyon magas 99,9%, melyen belül a mikro vállalkozások aránya 94,2%. Magyarországon a KKV-k hozzájárulása a foglalkoztatáshoz 71,7%, míg az európai átlag 66,9%.

1. ábra

KKV-k Magyarországon - alapadatok

	Vállalkozások száma			Foglalkoztatottság			Hozzáadott érték		
	Magyarország		EU-27	Magyarország		EU-27	Magyarország		EU-27
	Darabszám	Arány	Arány	Darabszám	Arány	Arány	milliárd EUR	Arány	Arány
Mikrovállalkozás	516.092	94,2%	92,1%	917.258	35,6%	29,8%	8	18,0%	21,6%
Kisvállalkozás	26.370	4,8%	6,6%	500.905	19,4%	20,4%	7	16,5%	18,9%
Középvállalkozás	4.432	0,8%	1,1%	430.770	16,7%	16,8%	9	20,0%	17,9%
Kkv-k	546.894	99,9%	99,8%	1.848.932	71,7%	66,9%	25	54,6%	58,4%
Nagyvállalkozás	806	0,1%	0,2%	730.334	28,3%	33,1%	21	45,4%	41,6%
Összesen	547.700	100,0%	100,0%	2.579.266	100,0%	100,0%	45	100,0%	100,0%

"2010-re vonatkozó becslések a vállalkozások szerkezeti statisztikai adatait tartalmazó Eurostat-adatbázisból származó 2002–2007. évi javított adatok alapján. A becsléseket a Cambridge Econometrics készítette. Az adatok az „üzleti szférára” vonatkoznak, amely az ipart, az építőipart, a kereskedelmet és a szolgáltatásokat foglalja magában (a NACE Rev. 1.1 C–I és K részei alapján). Az adatok nem vonatkoznak a mezőgazdaságban, erdőszetben, halászatban és a jórészt nem piaci szolgáltatásokban, mint az oktatásban és az egészségügyben működő vállalkozásokra. Az Eurostat-tól származó adatok felhasználásának előnye, hogy a különböző országok statisztikai adatainak harmonizálása megtörtént, így azok egymással összehasonlíthatók. A hátránya azonban, hogy néhány ország esetében ezek az adatok eltérhetnek a nemzeti hatóságok által közzétett adatoktól."⁴

Forrás: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2010-2011/hungary_hu.pdf

Turisztikai KKV szektor

A Központi Statisztikai Hivatal által összeállított Turizmus Szatellit Számla legfrissebb adatai 2007-re szólnak, amikor is a turisztikai szektor GDP-hez való hozzájárulása 5,9%, illetve 323.000 dolgozót jelent (Magyar Turizmus Zrt, 2011)

A 1. számú táblázat a vendéglátó ipari egységek típusait mutatja 2001 és 2011 között. 2008-ról 2009-re több, mint 10.000 étteremmel és büfével lett kevesebb, mely komoly visszaesést jelent. Magyarázata mélyebb, célirányosabb vizsgálatokat igényelne, de valószínűleg szerepet játszott benne a világ pénzügyi válsága, a csökkenő belföldi kereslet, illetve a földrajzi elhelyezkedés. A cukrászdák, italüzletek és zenés szórakozóhelyek esetében ugyanebben az évben viszont jelentős növekedés következett be.

⁴ Forrás: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2010-2011/hungary_hu.pdf (letöltés dátuma: 2012.09.23)

1. táblázat

A vendéglátóhelyek számának alakulása típus szerint (2001–2011)

Év	Étterem, büfé	Cukrászda	Italüzlet és zenés szórakozóhely	Kereskedelmi vendéglátóhely összesen	Munkahelyi, rendezvényi és közétkeztetést végző vendéglátóhely	Vendéglátóhelyek összesen
Az egységek száma a tárgyidőszak végén						
2001	33 666	1 764	12 521	47 951	4 076	52 027
2002	34 473	1 805	12 923	49 201	4 571	53 772
2003	34 891	1 842	13 344	50 077	5 071	55 148
2004	34 830	1 850	13 648	50 328	5 358	55 686
2005	34 801	1 847	13 827	50 475	5 819	56 294
2006	34 777	1 824	13 753	50 354	6 140	56 494
2007	34 596	1 745	14 078	50 419	6 752	57 171
2008	33 905	1 705	14 003	49 613	6 999	56 612
2009	23 079	3 108	20 379	46 566	5 338	56 612
2010	24 709	3 312	21 511	49 532	5 533	55 065
2011	25 245	3 283	21 529	50 057	5 673	55 730

Forrás: KSH: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga007.html, saját szerkesztés

Kutatás eredményei

Mint ahogy azt a bevezetőben is említettük, az adatgyűjtés Magyarországon elektronikus kérdőív kitöltésével történt 2012. február 1-jétől 2012. május 31-ig. 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 KKV-ház regisztrált tagjainak is elküldtük kérdőívünket.

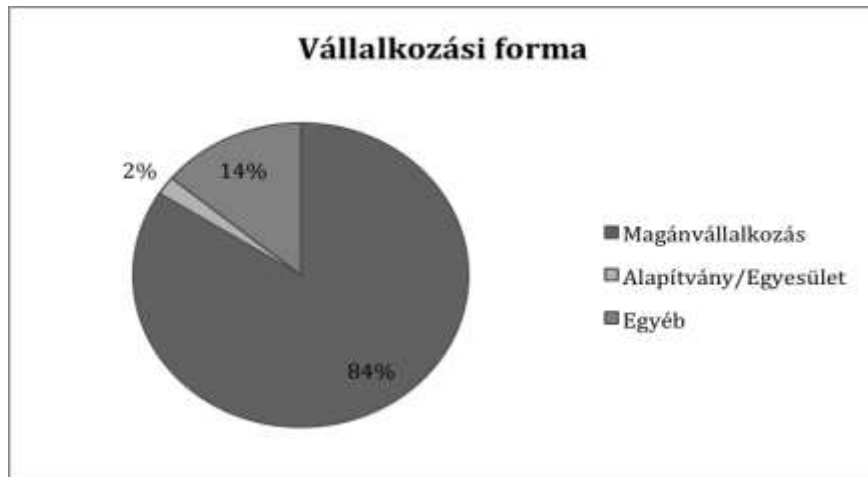
A válaszadó cégek bemutatása

A kiküldött kérdőívekre 100 válasz érkezett be. Az így kapott minta nem tekinthető reprezentatívnak, az elemszám is alacsony, becslésünk szerint a kérdőívek visszaérkezésének aránya 14% körüli, ezért az eredményeket csak elsőköros információforrásnak tekinthetjük.

A 100 vállalkozásból 32 vendéglátással, 24 szállásadással, 8 utaztatással, 10 helyi térségi programszervezéssel, 26 egyébvel (7 szőlő és borkészítő; 5 agrár vállalkozás; 10 helyi termékeket előállító; 4 hátránnyal élők foglalkoztatója) foglalkozik.

Ahogy a kutatásból kiderült, az összes cég magyarországi székhelyű, legnagyobb részük (84%) magánvállalkozás (2. ábra). 38 %-uk vendéglátással foglalkozik.

2. ábra.
Vállalkozási forma szerinti megoszlás



Forrás: saját szerkesztés

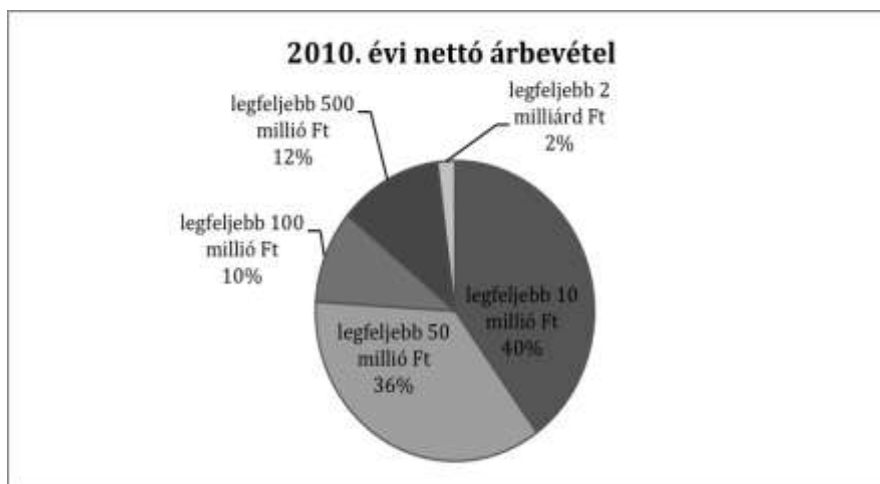
Alkalmazottakkal kapcsolatos megállapítások

A vállalkozások legnagyobb arányban (40%) legfeljebb 10 millió Ft nettó árbevétellel rendelkeznek, a 2010-es évre vonatkozóan (3. ábra). Az alkalmazottak létszámát tekintve leggyakoribb az 1-5 főt alkalmazó vállalkozások száma (4. ábra).

A megkérdezett vállalkozások 51 %-ában minden alkalmazott főállású. A szezonálisnak a turisztikai szektorban kimutatható igen erős jelenléte miatt azonban a vállalatoknak 39 %-áról elmondható, hogy a mellékállásban, idejellelleggel dolgozók aránya legalább 50 %-os.

A cégek 87%-a tud arról, hogy lehet szakmai gyakorlatosokat alkalmazni, és 51 %-uk alkalmazza őket, 23 %-uk pedig részt vesz a középfokú szakképzésben gyakorlati foglalkoztatóként is. Ezen cégeknél átlagosan 22 % százalékban maradnak a hallgatók a szakmai gyakorlatuk letöltése után fő állásban.

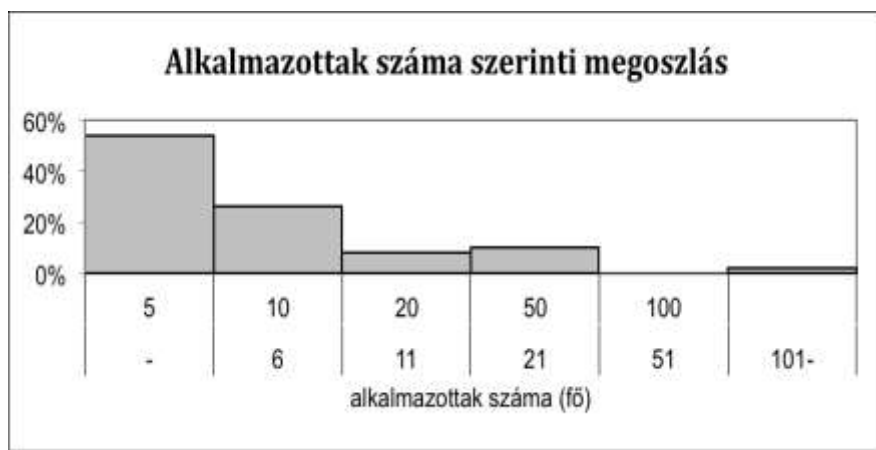
3. ábra.
Nettó árbevétel szerinti megoszlás



Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek 93%-a tudta, hogy ha fogyatékkal élőket alkalmaz, azzal állami támogatáshoz jut a vállalkozása, azonban csak 26 %-uk alkalmaz fogyatékkal élőket. Akik nem alkalmaznak, azok leggyakrabban a „nincs ilyen munkakör/a tevékenység nem teszi lehetővé” jelölték meg indokként.

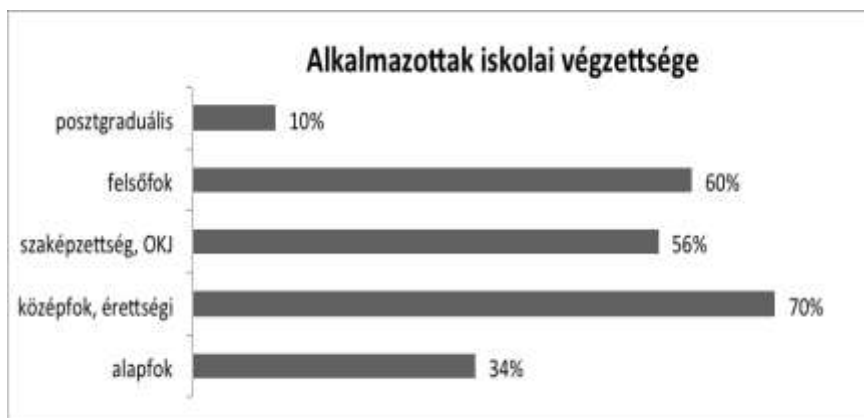
4. ábra.
Alkalmazottak száma szerinti megoszlás



Forrás: saját szerkesztés

Az adataink alapján a vállalkozások leginkább (70 %) érettségivel rendelkező alkalmazottakat alkalmaznak, de előfordulnak a posztgraduális végzettséggel rendelkező alkalmazottak is (10%) (5. ábra). (A kérdés jellegéből adódóan, sajnos nem állíthatunk semmit az érettségivel rendelkező munkavállalók arányáról).

5. ábra.
Alkalmazottak legmagasabb iskolai végzettsége



Forrás: saját szerkesztés

Pályázatokon való részvétel

A pályázatokon való részvétel sajnos nem mutat túl biztató képet, ugyanis a megkérdezettek 52%-a szokott pályázatokon részt venni. (6. ábra) Közülük 73 % támogatással, 2% inkább beszerzéssel kapcsolatos pályázatokon vesz részt. A válaszadók 32 %-ának vállalkozásában van olyan személy, aki ellátja a pályázati feladatokat.

Rákérdeztünk arra is, hogy mi az oka annak, ha nem vesznek részt pályázatokon: a legtöbb válaszadó a 'nem tudunk pályázni (pl. forráshiány)', valamint a 'nem akarunk pályázni' válaszokat jelölte meg. Sajnos úgy tűnik, hogy a pályázatok vezérlik a pályázókat és nem fordítva, így a pályázatok sok esetben nem ösztönzik a minőséget az innovációt és a versenyképességet, hanem a volumen növekedést segítik elő, mely szerepét inkább a minőségnek kellene átvennie.

A válaszadók 59 %-a ismer fenntarthatósággal kapcsolatos pályázatokat, de nekik csak 38 %-uk (a teljes mintának ez mindössze 22 %-a) szokott ilyen jellegű pályázaton részt venni.

6. ábra.
Pályázatokon való részvétel



Forrás: saját szerkesztés

Érdekképviselet

A megkérdezett vállalatok 57 %-a tagja valamilyen érdekképviseleti szervezetnek, ami nem meglepő az említett elsőkörös mintavétel körülményei miatt. Akik nem tagok leginkább azzal indokolják, hogy "nem tudnak a tagság nyújtotta előnyökről", melynek okai között szerepelhet az elmúlt évtizedek politikája is, így a vállalkozók és vállalkozások az önszerveződés irányába mutatnak. Az öntevékeny szerveződés viszont a mai napig nehezen megy, kevésbé töltik be ezek a szervezetek valós érdemi funkcióikat, sokszor lobbycsoportok által erősen befolyásoltak, sok esetben nem profi a menedzsmentjük sem, továbbá szakmai felkészültségi hiányosságok is tapasztalhatók (menedzsment és marketing ismeretek hiánya, rossz vagy hiányos kommunikáció jellemzi őket).

A vállalatoknak mindössze 10 %-a tudott megemlíteni konkrét szabályozó változásokat, amelyek a szakmai szervezetek munkája révén születtek.

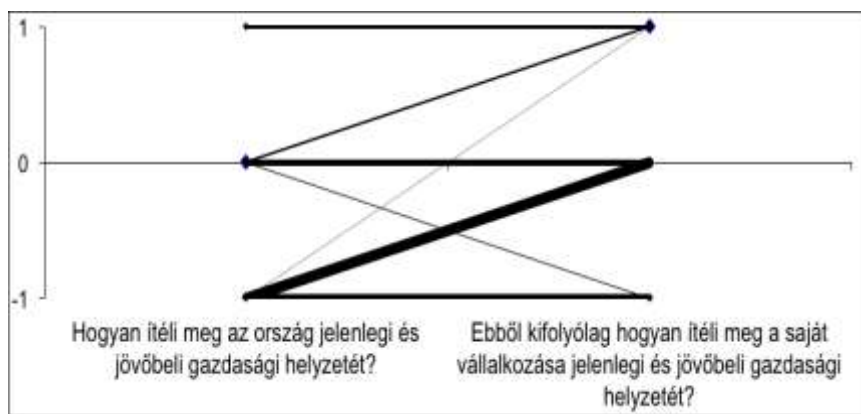
Jelen és jövőkép

Érdekes közelebbről megvizsgálni a következő két kérdést:

- Hogyan ítéli meg az ország jelenlegi és jövőbeli gazdasági helyzetét?
- Ebből kifolyólag hogyan ítéli meg a saját vállalkozása jelenlegi és jövőbeli gazdasági helyzetét?

Az kérdésre adható lehetséges válaszokat (-1: visszaesik, 0: stagnál, 1: fejlődik) együtt ábrázolva a következőt láthatjuk (7. ábra):

7. ábra.
Jelenlegi és jövőbeli gazdasági helyzet megítélése



Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók inkább jobbnak (vagy legalábbis ugyanolyannak) ítélik meg saját vállalkozásaik helyzetét, mint az ország helyzetét. A 7. ábrán a vonalvastagságok a válaszadók számára utalnak (minél vastagabb, annál több válaszadó választotta az adott kombinációt). Látható, sajnos az is, hogy inkább a „0 alatti”, azaz a 'visszaesik' válaszok dominanciája jellemző e két kérdés tekintetében.

A megkérdezettek saját vállalatuk fenntarthatóság szabályainak történő megfelelését 1-5-ös pontszámmal értékelték. Az egyes válaszok megoszlása a 8. ábrán látható. A válaszok átlagos pontszáma 3,29; 0,91 pontos (27,7 %-os) szórással, a módusz 4.

A válaszadók megadták azt is, hogy mit tesznek annak érdekében, hogy a fenntarthatóság szabályainak eleget tegyenek. A legtöbben energiatakarékos izzókat használnak (72%) és szelektíven gyűjtenek hulladékot (68%).

8. ábra.
Fenntarthatóság



Forrás: saját szerkesztés

Sajnos az egyre növekvő energiaárak, benzinárak ellenére sem a helyi, térségi beszállítókat használják az egyes vállalkozások. Megoldást jelenthetne a hálózatosodás, a helyi termelők, szolgáltatók egymással való kooperációja, ami még nem sok helyen található az országban.

A versenyképesség kritériumai az európai turisztikai KKV szektorban⁵

A Knownet nemzetközi projektben különböző kritériumokat fogalmaztak meg a versenyképességgel kapcsolatosan a részt vevő nyolc országra vonatkozóan.

Ehhez először is fontos meghatározni a legfontosabb turisztikai termékeket, továbbá a versenytársakat. Magyarország esetében a kulturális turizmus (városi-, vidéki turizmus, rendezvények, városlátogatások), az egészségturizmus és a MICE tekinthető a legfontosabb turisztikai terméknek, így a versenytársaink a legnagyobb európai városok, fővárosok, továbbá a környező országok. A többi ország esetében a kulturális turizmus és az egészségturizmus mellett fontos termék a sí turizmus, üdülőturizmus és az aktív turizmus.

A versenyképességi kritériumoknál szerepel hazánk esetében többek között (a teljesség igénye nélkül) az ÁFA mértéke (27%), ami a többi országhoz képest magasabb, így a versenyképesség sok esetben nem biztosított. Csökkentése képes lenne növelni a belföldi és külföldi turisták számát, ahogy ez Németország esetében is működött az elmúlt években. Szükség lenne egy erősebb nemzeti marketing tevékenységre is, ahol többek között a Niche piacra kellene koncentrálni, olyan rést megtalálni, ami egy magasabb költéshajlandóságú réteget jelent, így növelve a helyi vállalkozások és az ország bevételeit. A KKV-k esetében nehéz a pénzügyi forrásokhoz való hozzáférés pályázat útján, ahogy ez a kutatásunkból is kiderült. Fontos lenne, hogy megteremtsék azokat a feltételeket, ami szükséges ahhoz, hogy minél többen pályázhassanak, ez pedig a vállalkozások fejlődéséhez, bevétel növekedéséhez, ebből következően az adóbevételek növekedéséhez járulnának hozzá.

A többi partner ország esetében érdemes megemlíteni, mint versenyképességi kritérium: zöld desztináció hirdetése nemzetközi szinten (Ausztria); együttműködés a vendéglátáson belül (Belgium); hosszú távú beruházások finanszírozása (Franciaország);

⁵ A Knownet projekt Criteria of Competitiveness in European Tourism SMEs című dokumentuma alapján, 2012

regionális turizmus stratégia hiánya (Olaszország); az ország imázsának és pozíciójának meghatározása (Románia); turisztikai bevételekre kivetett adók (Szlovénia); személyre szabott szolgáltatások a tömegturizmus esetében (Törökország).

Érdekes, hogy szinte mindegyik ország esetében előfordult a fenntarthatóság illetve a minőség kérdése vagy a személyzetre, vagy a szolgáltatásokra vonatkozóan, ami úgy gondoljuk egy pozitív hozzáállást tükröz a versenyképesség tekintetében.

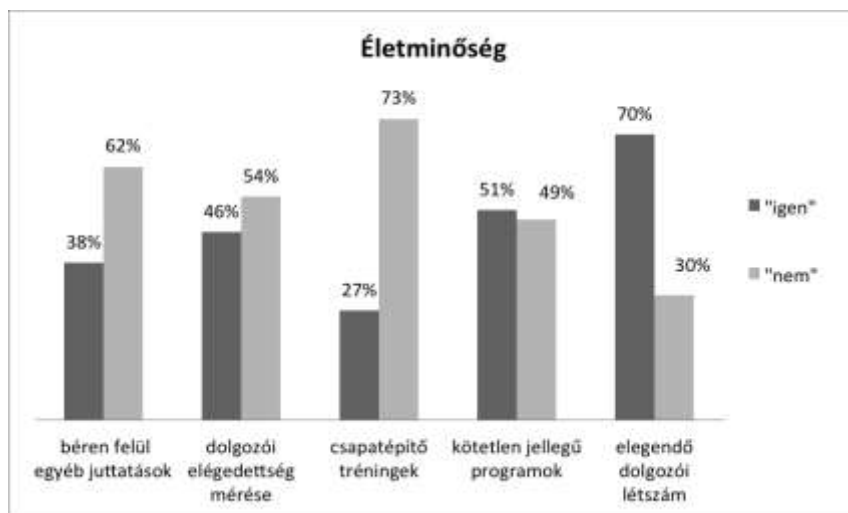
Életminőség

A turizmusnak számtalan pozitív és negatív hatása is van. Gazdasági hatása, hogy az ott élő lakosság mindennapjait könnyítheti meg, ha a turisztikai bevételeket nézzük, mert munkahelyeket teremt, mely jövedelmet gerjeszt, így az ott élő lakosság életszínvonala is növekedhet, ezáltal a későbbiekben akár ők maguk is részt vehetnek az utazásban.

A turizmusnak multiplikátor hatása is van, mely azt is jelenti, hogy először kell, hogy legyen egy vonzerő, amire lehet építeni, tehát érdemes befektetni az adott területre. A befektetések által, főleg ha pl. egy szállodáról beszélünk, munkahelyek teremődnek, mely által a lakosság jövedelemre fog szert tenni. Az egyes befektetések egy újabb befektetést is vonzhatnak, mely által az általános és turisztikai infrastruktúra is fejlődni tud. A fejlesztések hatására továbbá az adott régió is fejlődni fog, mely hatása minden szinten érezhető. Regionális együttműködések, klaszterek alakulhatnak, ahol a szolgáltatók fognak össze annak érdekében, hogy még több vendég érkezzon, még több bevételre tegyenek szert (Jandala, 2004)

A kérdőívünk utolsó részében arról kérdeztük meg a vállalkozásokat, hogy biztosítják-e alkalmazottaik számára a 9. ábrán szereplő, életminőség javításával kapcsolatos feltételeket.

9. ábra.
Életminőség



Forrás: saját szerkesztés

A kötetlen jellegű programok (kirándulás, karácsonyi ünnep) szervezése, valamint a dolgozói létszám megfelelősége esetén az "igen" válaszok száma volt nagyobb, míg a béren felül egyéb juttatások (cafeteria, 13. havi fizetés...) adása, a dolgozói elégedettség mérése, valamint a csapatépítő tréningek szervezése esetén a "nem" válaszok voltak a dominánsak.

Ennek magyarázata lehet, hogy a béren felüli juttatásoknak és a csapatépítő tréningek szervezésének biztosítása nagyobb anyagi ráfordítást igényel a többi tényezőhöz képest. Az „igen – nem” válaszok száma között a legnagyobb eltérés a csapatépítő tréningek szervezése és a béren felüli juttatás esetén volt tapasztalható, ugyanis talán ez esetben legnagyobb a vállalatot terhelő anyagi ráfordítás. A béren felüli juttatások az alkalmazottaknak tényező a Kownet projekt versenyképességi kritériumainál is előfordult az országokra vonatkozó belső kritériumok sorában, mely egy olyan faktor, amit sok vállalkozásnak kellene biztosítani ahhoz, hogy a dolgozók elégedettek és motiváltak legyenek.

A vállalkozásuk családbarátságát szintén 1-5 skálán értékelték a válaszadók. A válaszok átlagos pontszáma 4,07; 0,96 (24%)-os szórással, a válaszok módusza: 5.

Az alkalmazottak képességeiknek megfelelő munkakörben történő alkalmazását a megkérdezettek átlagosan 4,4 pontra értékelték; 0,77 (18%) szórással. A módusz itt is 5 volt.

Látható, hogy igyekeznek a megkérdezett vállalatok valamilyen pluszszolgáltatást adni, annak érdekében, hogy az alkalmazottak elégedettebbek legyenek, mely a munkavégzésükre is ösztönzőleg hathat.

Összefoglalás

Ahogy azt már a tanulmányunkban is említettük, a beérkezett válaszok alapján nem vonhatunk le messzemenő következtetéseket a minta nem reprezentatív volta miatt.

A visszaérkezett válaszok alapján a mellékállásban vagy ideényjelleggel dolgozók aránya nagyjából 55%, ami nem meglepő, hisz a turizmusban főleg nyáron, jelentős mértékben megnő a szezonális munkaerő létszáma. A vállalkozások fele alkalmaz gyakornokokat, akiknek kicsivel több, mint 20%-át alkalmazzák a gyakorlati idő letöltése után teljes állásban, továbbá a vállalkozások 26%-a alkalmaz fogyatékkal élőket.

A pályázatokon való részvétel közel 52%-os, ami nem mondható túl jó aránynak, ennél még magasabb arány lenne jó, főleg itt a KKV szektorban. Sok vállalkozásnak lenne szüksége támogatásra, pályázati pénzekre, melyből fejleszteni tudná vállalkozását. Jó néhányan azért nem tudnak pályázni, mert nincsenek meg azok a feltételek (főleg pénzügyi) mellyel felérhetnének a támogatásokhoz. Ezen mindenképpen változtatni kellene, mert a turisztikai vállalkozások jelentős százaléka a KKV szektorban található, így ennek a területnek a fejlesztése, pályázati pénzekhez való juttatása elengedhetetlen.

A vállalkozások átlagban 3-4 közé tették (5-fokozatú skálán), hogy megfelelnek a fenntarthatóság szabályainak, legtöbben tesznek is ezért például energiatakarékos izzók használatával, illetve szelektív hulladékgyűjtés formájában.

Az életminőség jelentősége és ennek kutatása egyre fontosabb szerepet játszik napjainkban, ezért is kérdeztünk erre a témára vonatkozó kérdéseket. Ennek a tényezőnek a szerepe azért lehet fontos, mert ha érzi az egyén, hogy megbecsülik, elismerik a munkahelyén, elégedetté válhat. Sajnos az eddigi válaszokból az derült ki, hogy anyagi juttatásban nem nagyon részesítik az alkalmazottakat, viszont különböző programokat szívesen szerveznek. A KKV-k esetében érthető, hogy nem számíthatnak akkora juttatásokra, mint például egy nagyobb vállalat esetében (például szállodalánc), de egyértelműen fontos lenne ezeknek a juttatásoknak a szerepe. Ezek által nőne az egy főre jutó diszkrecionális jövedelmük az alkalmazottaknak, mely által ők is bekapcsolódnának a turizmusba, és az utazás által élményeket szereznének, mely által növekedne az elégedettségük, ami az életminőségükre is pozitívan hatna.

A továbbiakban is szeretnénk folytatni a kutatást, így bízunk abban, hogy az elkövetkezendő időszakban jelentősen nő majd a beérkezett válaszok száma és még pontosabb képet adhatunk erről a szektorról, mely Magyarország esetében is nagyon jelentős szerepet játszik.

Felhasznált irodalom

Dr. Csilla Jandala, Dr. Pál Gubán, Béla Zsolt Gergely, Borbála Gondos, Judit T. Nagy
Knownet, European Tourism SMEs and Sustainable development: Building a European
Network for Tourism, Synthesis report, 2011

Dr. Jandala, Csilla (2004) Főiskolai jegyzet, Harsányi János Főiskola, Budapest
Központi Statisztikai Hivatal:
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga007.html (letöltés dátuma:
2012.09.23)

A Knownet projekt Criteria of Competitiveness in European Tourism SMEs
dokumentuma, 2012

Turizmus Szatellit Számla adatai: Turizmus Magyarországon 2011, Magyar Turizmus
Zrt kiadványa

[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-
review/files/countries-sheets/2010-2011/hungary_hu.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2010-2011/hungary_hu.pdf) (letöltés dátuma: 2012.09.23)