

Turisztikai karrierperspektívák vizsgálata a Covid19-járvány árnyékában – Turizmus-menedzsment mesterszakos hallgatók percepciói

Analysing the tourism career perspectives under the shadow of Covid19 – the perceptions of Tourism and Management MSc students

Szerzők: Formádi Katalin¹ – Gyurácz-Németh Petra²

A kutatás célja a koronavírus-járvány által erősen sújtott turizmus szektor utánpótlását jelentő Turizmus-menedzsment mesterszakos hallgatók karrierképzéseinek feltérképezése. További cél a múltbeli turisztikai tapasztalat és a jövőbeli lehetőségek vizsgálata, valamint az alsóbb és felsőbb éves hallgatók észlelésében való különbségek feltárása, különösen a munkaorientáció és a turisztikai munkafeltételek tekintetében. A fókuszcsoporthoz interjú módszerét alkalmaztuk, ahol három csoportban, guide segítségével térképeztük fel a témát. A turisztikai munkavégzéssel kapcsolatban az elsőéves mesterszakos hallgatók véleménye bizakodóbb volt, mint a végzősöké. A megnevezett szakmai motiváló tényezők közül legtöbben az anyagi és a szakmai megbecsülést tartják fontosnak, míg a munkavégzésben a szakmai kihívásokat, a változatos feladatokat és a megfelelő munkaidő-beosztást. A válaszokból az látható, hogy a hallgatók számára kiemelt jelentőséggel bír a pozitív szakmai orientáció, a szakma szeretete. Az eredmények fényében megállapítható, hogy az alsóbb éves hallgatók még szinte kivétel nélkül a turizmusban képzelik el a jövőjüket, habár őket is megrázta a koronavírus-járvány okozta válság. A végzős hallgatók esetében viszont már sokkal több kétség merül fel a turisztikai munkával kapcsolatban.

The aim of the research is to investigate the career perspectives of the Tourism and Management MSc students in the tourism sector, which was impacted by the Covid19 pandemic. Additionally, our goal was to analyse the differences between the perceptions of the first year and senior MSc students, concentrating on work orientation and working conditions – and to gain information about their past professional experience as well as their future plans. Three focus group interviews were held, concentrating on the research goals. First year Master students' opinions were more positive than those of senior Master students towards tourism jobs. The most important motivational factors are financial rewards and professional appreciation as well as the challenges, variable tasks and flexible schedule. Students seem to be fond of the tourism profession, they have a positive inclination to tourism jobs. The results also show that first year MSc students are more dedicated to tourism jobs, although they are also concerned about the effect of the pandemic, whilst senior MSc students are doubtful about working in tourism.

Kulcsszavak: Covid19, munkaorientáció, karrier lehetőségek.

Keywords: Covid19, work orientation, career perspectives.

1. Bevezetés

A Covid19-járvány erősen megrázta, sőt megtörte a turizmust 2020 első negyedévében, annak elle-

¹ egyetemi docens, Pannon Egyetem, formadi.katalin@gtk.uni-pannon.hu

² egyetemi docens, Pannon Egyetem, nemeth.petra@gtk.uni-pannon.hu

nére, hogy a jelek már 2019 végén mutatkoztak. A globális pandémia egyértelműen a turizmus szektorra érintette a legjobban (COLLINS et al. 2021), elsősorban annak sebezhetősége miatt (SIGALA 2020, UĞUR–AKBIYIK 2020), ami a korábbi gazdasági válságok – például a 2008-as recesszió – során is megfigyelhető volt (ZHANG et al. 2020). A turizmus szektorra már a járvány előtt is a munkaerőhiány volt jellemző, melyet vagy nem ismertek fel, vagy nem kezeltek hatásosan sem az ágazati szereplők, sem a szabályozó szervezetek (JOPPE 2012, TURIZMUS ONLINE 2019). A 2019-es, kifejezetten jó eredményeket produkáló évben a szálloda szektorból 10.000 fő hiányzott (TURIZMUS.COM 2021a).

A 2008–2009-es gazdasági világválság után a turizmus újra felfutásnak indult. A kereslet nagymértékben nőtt, miközben a munkaerő mennyisége nem tudott lépést tartani a turizmus gazdasági jelentőségével, így a munkaerőhiány és -fluktuáció egyre nagyobb problémává vált (JOPPE 2012). A mostani, precedens nélküli válság hatására láthatóan sok szakember hagyta el a turizmus szektort. A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségének alelnöke szerint a pályaelhagyók aránya jelenleg 25%-30%, ami egy újabb hullám esetén jelentősen növekedhet (TURIZMUS.COM 2021b). Azonban a koronavírus-járvány következtében megváltozott utazási szokások éppen a képzetesebb, felkészültebb és nagyobb számú személyzet alkalmazását tennék szükségessé ahhoz, hogy a biztonság iránti igényt jobban ki tudják elégíteni a szolgáltatók (FELKAI 2021).

Az ország turisztikai jellemzői a munkaerőhiányra is hatással vannak, illetve bizonyos területeken átrendeződés várható a következő időszakban. 2017-ben az országba érkező külföldi vendégek elsődleges célpontja, ezáltal a turizmus szempontjából legfontosabb település, Budapest volt (a külföldi vendégejszakák 59,2%-a itt realizálódott, MTÜ 2017a), a második Hévíz, a harmadik pedig Hajdúszoboszló (MTÜ 2017b). A járvány hatására ezeknek a városoknak, illetve térségeknek egyértelműen újra kellett pozicionálniuk magukat, ami a vidéki településeknek jobban sikerült, mivel a külföldiek mellett a magyar vendégek számára is vonzó célpontok voltak, amit a járvány időszakában megerősítettek. A budapesti szállodák esetleges jövőbeni újrainyitása esetében épp a munkaerőhiány lesz a hátráltató tényező (TURIZMUS.COM 2021a).

A munkaerőhiány mérséklését vagy további erősödését (amennyiben a hallgatók más pályát választanak) is eredményezheti a turizmust tanuló diákok belépése a munkaerőpiacra. Ezen diákok turizmus szakmával/karrierjével kapcsolatos atti-

túdja tehát erősen befolyásolhatja a munkaerőhiány alakulását. Jelen kutatás a Turizmus-menedzsment mesterszakos hallgatók kezdeti karrier perspektíváit vizsgálja a munkavállalási hajlandóságra, illetve a kritériumokra fókuszálva, amelyek ismeretében a turisztikai szolgáltatók a pályán tudnák tartani a frissen végzett és jól képzett munkaerőt.

2. Szakirodalmi áttekintés

A következőkben szakirodalmi forrásokra alapozva áttekintjük azokat a belső és külső tényezőket, amelyek a kutatási témához kapcsolódóan megalapozták a kutatás módszertanát. A belső tényezők közül a munkaorientáció és a turisztikai munkavégzéssel kapcsolatos elvárások, motivációk elméletét tekintjük át, amelyek befolyásolhatják a turisztikai munkavállalási hajlandóságot. A külső tényezők közül elsősorban a Covid19-világjárványnak – mely a 2020-as év eleje óta egyértelműen negatívan hat globálisan az egész szektorra – a turisztikai pályaelhagyásra gyakorolt hatásait elemezzük.

2.1. BELSŐ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATA

2.1.1. Munkaorientáció és elvárások

A munkaorientáció fogalma elvárásokból és motivációkból áll, melyeken keresztül az emberek a munkaszituációjukhoz kapcsolódnak (REED 1997, LIN et al. 2020). A kutatás szempontjából a fogalom használatának célja, hogy megértsük a munkatapasztalattal kapcsolatos változásokat, és fényt derítsünk a szektor vonzerejére.

A munkatapasztalat egy kulcsfogalom a munka- és foglalkozás pszichológiában és szociológiában. A fogalom két fő aspektusból áll: egyrészt a cél vagy az eredmény, mely orientálja a dolgozók szándékát, motivációit, cselekvéseit; másrészt a szociális beállítottság, a környezeti tényező, mely lehetőségeket teremt, illetve arra készíti a dolgozót, hogy elérje ezeket a célokat. Ez a két komponens befolyásolja a munkával való elégedettséget és a karrierdöntéseket: mit akarnak a dolgozók a munkától, és mit tud számukra nyújtani a munka (LOCKE 1984, REED 1997, LIN et al. 2020). Több kutató (JUNG–YOON 2016, AKGUNDUZ et al. 2018, LIN et al. 2020) tett kísérletet a munkaorientáció fogalmi keretének meghatározására, de a fogalom összetettsége miatt nem született egységes megközelítés. A munkához való viszonyt számos belső pszichológiai tényező (pl. generációs jellemzők, motiváció, elköteleződés) és külső környezeti tényező (kulturális környezet, gazdasági lehetőségek stb.) együttesen befolyásolja. Néhány, a munkaorientációra vonatkozó megközelítés meghatározza

a munkavállalók szektorral kapcsolatos hozzáállását, a munkával kapcsolatos elkötelezettségét és az orientáció típusát (GOLDTHORPE et al. 1968, HARPAZ et al. 2002, LIPS-WIERSMA-WRIGHT 2012, ARNOUX-NICHOLAS et al. 2017).

Korábbi kutatási eredményre építve a turizmusban alkalmazott munkaorientációs dimenziók lehetséges típusai az alábbiak (FORMÁDI 2008):

- megélhetési eszközként kezelés – instrumentális orientáció (az élethez szükséges bevétel elérése a munkán keresztül);
- vállalkozói orientáció (tudás megszerzése saját vállalkozás indításához);
- pozitív hozzáállás (a munka szeretete, annak értéke, a munkafeltételek, a presztízs stb. miatt);
- túlélő orientáció (a legkevésbé rossz opció a munka, menekülő út).

A kutatások általában a különféle motivációs tényezőket is feltérképezik a munka, illetve szakma megválasztásával kapcsolatban. A szakma megválasztása, valamint az azzal kapcsolatos orientáció elemzésén keresztül feltárjuk, hogy a turizmusban dolgozók hogyan kezdenek el, illetve kezdtek el a turizmusban munkát vállalni, továbbá, hogy milyenek az egyéni orientációk a turizmus különböző területein. A kezdeti hatások befolyással vannak a későbbi turisztikai karrierdöntésekre, karrierútvonalakra, amelyek nagy mértékben függenek a strukturális tényezőktől és a környezeti hatásoktól (ld. Covid hatás), melyekre a következő alponban térünk ki részletesen.

Nagyon fontos, hogy a karriert ne úgy definiáljuk, mint a „társadalmi pozíciók sorozata, melyet az ember az élete során betölt” (WATSON 1995:127), hanem egy érme két oldalaként, objektív és szubjektív karrierként határozzuk meg (FORMÁDI 2008, FORMÁDI-RAFFAI 2009). Az objektív karrier „az egyén különböző szerepeinek alakulási folyamata külső szemlélő szemszögéből” (GUERRIER 1987:122). Ide tartoznak a mérhető ösztönzők (fizetés, rang, hatalom, befolyás stb.). Ellenben a szubjektív karrier „az egyén általi értékítélet az életében betöltött társadalmi pozíciókkal kapcsolatban” (GUERRIER 1987:123, WATSON 1995:127), például nem mérhető ösztönzők, mint a rugalmasság, autonómia, változatosság. A karrierlehetőségeket, döntéseket nem utolsósorban az is befolyásolja, hogyan érzi magát a munkavállaló az adott szektorban, munkahelyen, illetve munkakörben, mennyire elkötelezett az iránt (LIN et al. 2018).

A munkabeli tapasztalat fogalma megmutatja, hogy a turisztikai munka elég vonzó-e egy lineáris karrierút (objektíven vagy szubjektíven nézve) folytatásához, hogy a Covid19 miatti rövid szünet

után gyors visszatérés várható vagy esetleg egy teljesen új karrierút kezdődik.

2.2. KÜLSŐ TÉNYEZŐK

2.2.1. A Covid19 következményei a turizmusban

A turizmus teljesítménye jelentősen hozzájárult mind a globális, mind a magyar gazdaság eredményéhez az elmúlt években. A 2019-es adatok egyértelműen bizonyítják a turizmus folyamatos növekedését, mivel a nemzetközi turistaérkezések (legalább egy éjszakát a területen töltők) száma világszerte elérte az 1,5 milliárdot (UNWTO 2020). Magyarországon a 2018-as év nevezhető rekordnak, amikor a magyar GDP-hez való közvetlen hozzájárulás 6,8%, a közvetett 10,7% volt (MTÜ 2019), és 185.963 ember dolgozott a szektorban, akik közül a legtöbben szállás és vendéglátó szolgáltatással foglalkoztak (OECD 2020). Az előrejelzések globális szinten 3%-4%-os növekedést jósoltak 2020-ra (UNWTO 2020), amit a Covid19 egyértelműen aláásott, lévén a nemzetközi turistaérkezések a várt növekedés helyett 78%-kal csökkentek (1,2 trillió dollár veszteséget generálva), ami a történelem legnagyobb visszaesése (SIGALA 2020, FOTIADIS et al. 2021). A fenti adatok jól szemléltetik a turizmus jelentőségét a magyar gazdaságban is. Ez a hozzáadott érték csökkent és semmisült meg 2020-ban a globális járvány hatására (KSH 2020). A munkaerő fluktuációja mindig problémákat okozott a szektor résztvevői számára (RASHEED et al. 2020, FILIMONAU et al. 2020, AIGBEDO 2021), de az előző évben a szállodák, éttermek, utazási irodák, fürdők, múzeumok és egyéb attrakciók bezártak, sokuknak el is kellett bocsátania a személyzetet, vagy fizetés nélküli szabadságra küldeni őket. Ezek a munkavállalók nemcsak a céget hagyták el, hanem sok esetben az egész szektort maguk mögött hagyták, hogy más karrierutat építsenek. A megüresedett álláshelyek betöltésére általában megfelelőek lennének a végzős egyetemi hallgatók, amennyiben tanulmányaik végeztével a turisztikai pályán maradnak.

A turizmus szektorban maradást megnehezítik a 2020-as események, a Covid19-járvány és annak következményei. A diákok motivációinak és elvárásainak feltérképezése kifejezetten kutatott területnek számít a nemzetközi szakirodalomban (GETZ 1994, AIREY-FRONTISTIS 1997, RICHARDSON 2009, RICHARDSON-THOMAS 2012, KIM et al. 2016, FARMAKI 2018, RAMAKRISHNANA-MACAWEIU 2019). Azonban a világjárvány és a turizmus kapitulációja teljes mértékben megváltoztatta mind a kilátásokat, mind az elvárásokat. Jelenleg a turizmus képzésben résztvevők és a vég-

zós, turizmust tanuló hallgatók jelentik a szakma jövőjét, az ő karrierútjuk kulcskérdés a szektor működése szempontjából.

SIGALA (2020) meghatározta a Covid19 után, illetve következtében átalakuló kutatási irányokat, melyek közt szerepelteti az alkalmazottak elkötelezettségének szerepét, illetve az átképzésük vagy újraképzésük szükségességét. Nem említi azonban a pályaelhagyásból adódó problémákat, tehát a munkaerőhiány megjelenését – több országban erősödését – a turisztikai szektorban.

3. Kutatásmódszertan

Kutatásunk során azt vizsgáltuk, hogy a mesterszakos képzésben tanuló és a mesterképzésen végzős hallgatók, akik épp karrierjük első lépéséinél tartanak, milyen korábbi munkatapasztalatokkal és benyomásokkal rendelkeznek, milyen munkafeltételeket tartanak fontosnak és hogyan látják munkalehetőségeiket a diplomaszerezést követően. Kutatási kérdéseink a belső és külső tényezők vizsgálatára irányultak:

- Milyen tényezők játszanak szerepet a turizmusban tanuló hallgatók munkaorientációja szempontjából? Milyen elvárásaik vannak a turisztikai munkavégzéssel (munkafeltételekkel) kapcsolatban?
- Milyen hatással van a Covid19-járvány a turisztikai karrier döntéseikre és hogyan látják a turizmus szakma jövőjét?

Az okok mélyebb elemzésére fókuszcsoportos interjúkat készítettünk. A fókuszcsoportos interjú (AIREY-FRONTISTIS 1997) elterjedt technika a szükséges kvalitatív adatok összegyűjtésére, ami előkészíti a kvantitatív kutatást, megalapozza a később lekérdendő kérdőívet. A fókuszcsoportos interjú feltáró kutatásra alkalmas módszer, melynek segítségével válaszokat keresünk egy jelenség megértéséhez, megismerjük a résztvevők véleményét, attitűdjét, motivációit, ugyanakkor szem előtt tartva, hogy a kevés számú megkérdezett miatt az eredmények nem általánosíthatóak. A fókuszcsoportos felmérések időtartama 90-110 perc volt, mely során előre kialakított vezérfonal (guide) mentén haladtunk egy moderátor segítségével. A guide nyitott kérdések formájában négy nagy témablokkot ölelt fel:

- a Covid19 következményei a turizmusban és a hallgatók életében,
- hallgatói elvárások a turisztikai munkával kapcsolatban (munkaorientáció, motiváció),
- munkafeltételek és munkatapasztalatok vizsgálata, és
- a turizmus jövőjének megítélése.

A járványügyi korlátozások miatt a fókuszcsoportos interjúk videokonferencia jelleggel online zajlottak.

A fókuszcsoportokba jelenlegi elsőéves és végzős turizmus mesterszakon tanuló hallgatókat vontunk be, akik tudatosan választották a turizmus mesterszakot, valamint már rendelkeznek munkatapasztalatokkal a turizmus különböző területein: szálloda, étterem, utazási iroda, rendezvényszervezés, idegenvezetés, egyéb turisztikai létesítmények. A munkatapasztalatokat és a szakmai motivációkat is feltáró interjúk kvalitatív adatokat szolgáltatottak a hallgatók első tapasztalatairól, munkaorientációjukban történt változásokról és azon tényezőkről, melyek befolyással lehetnek a vizsgálatban résztvevők karrierdöntéseire a vizsgált időszakban.

A minta összeállítását a teljes sokaság feltérképezésével kezdtük. A kutatásba csak a Pannon Egyetemen, nappali tagozaton tanuló mesterszakos hallgatókat vontuk be. Az elsőévesek esetében ez hét hallgatót jelent, míg a másodévesek esetében 8 főt. Az alsóbb évesek közül mindenki rendelkezésre állt, a felsőbb évesek esetében a 8 főből 6 hallgatóval tudtunk fókuszcsoportos interjút készíteni. Az elsősöknél tehát 100%-os, míg a végzősöknél 75%-os volt a minta aránya a sokasághoz képest, mely alátámasztja a hallgatók véleményének relevanciáját, ugyanakkor a kis létszámú szakokból kifolyólag felerősíti a kutatás korlátait.

A jelenlegi kutatás eredményei a Pannon Egyetem mesterszakos hallgatóinak véleményét tükrözik, ezért elsősorban esettanulmánynak tekinthető, mely a későbbi kutatási irányok és módszerek megalapozását szolgálja.

4. Eredmények, kilátások

4.1. MUNKAORIENTÁCIÓ ÉS ELVÁRÁSOK A MESTERSZAKOS HALLGATÓK ESETÉBEN

Ahogy az 1. táblázatból látható, a munka megítélését nagy mértékben meghatározzák a korábbi munkatapasztalatok, az azzal kapcsolatos pozitív és negatív *élmények*, az első benyomások. A munkához kötődő értékek és attitűdök gyökere a tágabb társadalmi környezetben keresendő. Megfigyelhető, hogy a család és a tágabb környezet erősen meghatározó a szakma kiválasztásában, megítélésben, az úgynevezett szakmai orientáció szempontjából. Ez harmonizál a szakirodalomban leírtakkal (REED 1997, LOCKE 1984, LIN et al. 2020).

Az interjúalanyokat megkérdeztük arról, hogy milyen elvárásaik vannak a turisztikai munkával kapcsolatban, milyen szakmai tényezők motiválják őket a turisztikai munkavállalásban. Az elsőéves mesterszakos hallgatók véleménye sokkal pozití-

vabb volt, mint a végzősöké. A megnevezett szakmai motiváló tényezők közül legtöbbször az anyagi és a szakmai megbecsülést tartják fontosnak, míg a munkavégzésben a szakmai kihívásokat, a változatos feladatokat és a megfelelő munkaidő-beosztást. Ugyanakkor az önállóság, a felelősség kevésbé jelent meg motiváló tényezőként, aminek egyik magyarázata, hogy a hallgatók még nem rendelkeznek elegendő munkatapasztalattal, ezért a szabványosított feladatok, a szabályozott napi feladatok könnyebb eligazodást jelentenek nekik.

A megnevezett tényezők között kulturális különbségek rajzolódhatnak ki (pl. a munkahelyi biztonság, a munkával járó társadalombiztosítás eltérő fontossággal bír) a hazai és a külföldi diákok között, de a minta kis elemszáma miatt nem lehet következtetéseket levonni, ahhoz további vizsgálatok szükségesek. Összegezve, a hallgatók által megnevezett szakmai motiváló tényezők az alábbiak:

- anyagi megbecsülés – tisztességes jövedelem, fizetés,
- szakmai megbecsülés és kihívások – képességekre (nyelvtudásra, szakmai tanult ismeretekre) épülő feladatok, sikerélmény a munkában,
- előmeneteli lehetőség – karrierlehetőség és a képességek fejlesztésének lehetősége,
- érdekes, változatos munka és sikerélmény a munkában.

Az egyéb ösztönzők, bónuszok, a lakóhely-munkahely távolsága, az önállóság, a rugalmasság, a munkával járó társadalmi státusz, presztízs ennél a korosztálynál nem jelent meg.

A hallgatók szakmai orientációja szempontjából fontosnak tartottuk azt feltárni, hogy miért kezdtek el a turizmusban dolgozni, mi indította el őket, hogy turizmust tanuljanak, és a korábbi munkatapasztalatuk alapján mit ad nekik, hogy

a turizmusban dolgozhatnak. A fókuszcsoportos vizsgálatban résztvevő hallgatók szakmai orientációját tekintve két fő irány rajzolódott ki. Egyfelől a családi indíttatás, akár családi vállalkozás, akár családtag munkavállalása a turizmusban. Itt megfigyelhető, hogy az úgynevezett pozitív szemlélet, munkaorientáció a turizmussal kapcsolatban erőteljesebb, mint a vállalkozói munkaorientáció, még azok körében is, akik saját családi vállalkozásban dolgoznak (többször említették a munka szeretetét, mint a nyereséges vállalkozási szemléletet). Másfelől, külső hatásként említendő a (gyakorlati) munka során szerzett utazási élmények, a kalandvágy, az új desztinációk felfedezése, a munkavégzés kellemes munkakörnyezetben és a kedvezőbb utazási lehetőség turisztikai munkavállalás esetén.

Az interjú során elhangzott, hogy komoly befolyásoló szerepe van a családi környezetnek, mind negatív, mind pozitív irányban. Két esetben is elhangzott, hogy családi javaslat ellenére – mely a Covid19-járvány hatására még erősebb lett – választotta a hallgató a turizmus szakot és a turisztikai munkavállalást, ezért a negatív vélemények miatt kiemelten fontos a turizmus szakma jövőjének vizsgálata, a turisztikai munkavállalási kedvnek és a szakma megítélésének javítása. A turizmus szakma vonzereje a munkavállalás mellett a turisztikai oktatási intézmények szempontjából is lényeges.

4.2. MUNKAFELTÉTELEK AZ ELSŐÉVES ÉS A VÉGZŐS HALLGATÓK ESETÉBEN

A mesterszakos hallgatók esetében a múltbeli turisztikai tapasztalatokra is kitértünk a fókuszcsoportos interjú során, melyet az elsőévesekre vonatkozóan az 1. táblázatban foglalunk össze, míg a végzősök munkatapasztalatait a 2. táblázatban mutatjuk be.

1. táblázat

Elsőéves mesterszakos hallgatók munkatapasztalatainak összegzése

Csoporttag	Tapasztalat	Terület	Nyár	Jövő
A	1 év	Hotel FO	Folyamatos munka	Turizmus
B	Sok év	F&B (családi kávézó) 3 hónapos szállodai gyakorlat	Megy vissza a szállodába	Turizmus
C	Szakmai gyakorlat	Hotel (rotációban) Utazási iroda		Turizmus
D	2 év	Idegenvezető (attrakciónál)	Lehetőség szerint magyar munka, saját országban nincs erre lehetőség jelenleg	
E			Hotel, Budapest	
F			Étterem, Kína	Turizmus
G	Néhány hónap	Idegenvezető		

Forrás: saját szerkesztés

Végzős mesterszakos hallgatók munkatapasztalatainak összegzése

Csoporttag	Tapasztalat	Terület	Nyár	Jövő
A	7 év	Légitársaság, utazási iroda marketing	Covid19 miatt nincs lehetőség	Saját vállalkozás
B	Kb. 8 év	Hotel animátor, családi vállalkozás	Családi vállalkozás	Vállalkozás és/vagy szállodalánc
C	Néhány év	Oktatás, iskolai étterem	Turisztikai tapasztalat, külföld	Oktatás
D	Szakmai gyakorlat (3 hónap)	Szállodai HK, nemzetközi szállodalánc	Munkakeresés	Kétséges
E	Kb. 1 év	Utazási iroda, hotel recepció	Szállodai recepció	Kétséges
F	Szakmai gyakorlat	Állami szerv, turisztikai tréningek	Munka meghíúsulása	Saját vállalkozás

Forrás: saját szerkesztés

A legtöbb Turizmus-menedzsment mesterszakos hallgató már elsőéves korában rendelkezik turisztikai szakmai tapasztalattal, habár a terület és a gyakorlat hossza eltérő. A legnépszerűbb munkahelyek a szállodák, de a fókuszcsoporthoz tartozó utazási irodai, idegenvezetői és vendéglátás tapasztalatuk is van. A hallgatókat a szektorban szerzett szakmai tapasztalat egyelőre nem tántorította el, nagy részük a jövőben is a turizmusban kíván elhelyezkedni. Azonban a pozitív tapasztalatok mellett negatívumként a követelőző, nehezen kezelhető vendégeket részletezték a hallgatók, mivel a szakmai tapasztalattal rendelkezők elsősorban front területen dolgoztak. A nyári terveket illetően a hallgatók elsődlegesen a turizmus területén kívánnak munkát vállalni. A csoport kisebb része már rendelkezik konkrét munkahellyel vagy ígérettel a munkahelyre vonatkozóan, de van olyan, aki épp a koronavírus-járvány okozta válság miatt nem tud a saját országában munkát vállalni, miközben Magyarországra sem tud beutazni, hogy az itteni turizmus szektorban keressen állást.

A másodéves Turizmus-menedzsment mesterszakos hallgatók mindegyike rendelkezik turisztikai szakmai tapasztalattal (2. táblázat). A munkatapasztalatok 3 hónaptól több, mint 8 évig terjednek. A turisztikai területek között a szálloda és az utazási iroda dominál, de az állami apparátusban működő turisztikai munkahely is megtalálható. A munkákkal kapcsolatban jó és rossz tapasztalatról is beszámoltak a résztvevők, melyek később kerülnek részletezésre. A koronavírus-járvány hatására a nyári munkalehetőség vált semmissé, illetve nehezebbé vált a munkakeresés, mely érthető módon jobban aggasztja a végzősöket, mint az elsőéveseket. Van, akinek biztos munkája vagy arra vonatkozó ígérete van, de több hallgató esetében reménytelennek tűnik a helyzet. Az ő számukra fontos stratégia a tanulás, további képzéseken való rész-

vétel, amit a nyitás után jól tudnak majd használni, vagy akár már most képesek belőle jövedelmet szerezni. A saját vállalkozásban dolgozó hallgató esetében a nyár mindenképpen egy fontos időszak lesz a jövedelemszerzés szempontjából. Mivel a cég tevékenysége a nyári időszakban csúcsosodik ki, számukra a 2020-as év nem jelentett túl nagy veszteséget, míg a 2021-es évben csak bizonyos, a jelenlegi helyzetben előírt higiéniai szempontoknak nem megfelelő szolgáltatásokat nem indíthatnak. A jövőbeni tervek között arányaiban is lényegesen kevesebb a biztosan a turizmusban elhelyezkedők aránya. A turizmus iránt érdeklődők pedig inkább saját vállalkozást indítanának.

4.3. COVID19 HATÁSA AZ ELSŐÉVES ÉS A VÉGZŐS HALLGATÓK ESETÉBEN

Külső tényezőként a koronavírus-járvány hatásait és az azzal kapcsolatos érintettséget vizsgáltuk a Turizmus-menedzsment mesterszakos hallgatók szakmai, illetve magánéletében. Az interjúk során megnevezett véleményeket szófelhőben jelenítettük meg, ahol az 1. ábra az elsőéves mesterszakos hallgatók által megnevezett kifejezéseket mutatja, míg a 2. ábrában a végzős hallgatók véleménye látható.

Az elsőéves mesterszakos hallgatók számára ugyanolyan sokk volt a koronavírus-járvány kitörése, mint a szektor számára. A hallgatóknál az oktatással kapcsolatos változások domináltak. Az online oktatás megjelenése, illetve megtapasztalása új kihívások elé állította az oktatásban részt vevő összes érintettet. A hallgatók mind pozitív, mind negatív értelemben említették az online oktatást, de a jelenlegi helyzetben a negatív tényezők hatásai érződtek erősebbnek. A csoport összetételéből következően a vízumproblémák is több említést kaptak, melyek az oktatáshoz való hozzáférést

1. ábra

A Covid19 hatása az elsőéves mesterszakos hallgatók életére



Forrás: saját szerkesztés

2. ábra

A Covid19 hatása a végzős mesterszakos hallgatók életére



Forrás: saját szerkesztés

nehezítették a számukra. Vagy később tudták elkezdeni a tanulmányaikat, vagy nem tudták folytatni azt. Turizmus-menedzsment mesterszakos hallgatók lévén sokan van munkatapasztalata vagy a jelenlegi helyzet előtt, vagy az alatt vállaltak, vállaltak munkát. A globális tendenciák a mesterszakos hallgatók munkahelyeinek esetében is érezhetőek voltak. Munkahelyek szűntek meg, majd indultak újra, továbbá a munkahelyváltások vagy a munkavállalás is jellemezte ezt az időszakot a vizsgált csoport számára. A munkahelyeken tapasztalt bizonytalanság a turisztikai munkahelyek tekintetében különösen nehezzé tette a 2020/21-es tanévet. A Covid19-járvány azonban a nyugalom, a lelassulás élményét is elhozta a csoport néhány tagja számára, tehát egyensúlyt teremtett a személyes életében. Az egyensúly a csoport más tagjai számára a munka és a tanulás közti harmónia megteremtését jelentette, ami olyan kihívás, amit önként nem vállaltak volna a hallgatók, de a járványhelyzet kényszere megteremtette ennek szükségességét. A pandémia következtében növekvő árak, ami a lakosság számára is érezhető, a beutazás költségeit még inkább érinti. Az egyik hallgató számára

például a Magyarországra történő utazás kétszer annyiba került, mint a járvány előtt. A nemzetközi csoport tagjai között van olyan, aki a Covid19 miatt már négy éve nem látta a családját, nem járt az otthonában, tehát a hónvág is a járványhelyzet meghatározó hatásai közé tartozik.

A végzős Turizmus-menedzsment mesterszakos hallgatók a Covid19 hatásai közül a turisztikai munkahelyeket, illetve azok helyzetét emelték ki leginkább. A járvány hatására megszűntek a turisztikai munkahelyek, a nyári munkák. A végzősök számára kifejezetten fontos a megfelelő mennyiségű gyakorlat megszerzése, amit tanulmányaik során többnyire a nyári időszakban tudnak megszerezni. Legtöbbjük számára a járvány miatt hiúsult meg a szakmai gyakorlati lehetőség 2020 nyarán, ami egyértelműen gátolja a későbbi, megfelelő pozícióban való elhelyezkedési lehetőségeiket. Emellett a munkahelyek megszűnése is jellemző volt erre az időszakra. A járvány előhívta az alkalmazkodás szükségességét. Adaptálódni kellett az új oktatási helyzethez, az online oktatáshoz, valamint új tervek készítését is szükségessé tette. A végzős turizmus mesterszakos hallgatók számára a kariertörzések kifejezetten fontosak, mivel élethelyzetükből adódóan közvetlenül kariertörzük kezdetén állnak. Kariertörzésüket ma a kétségek jellemzik, a hallgatók nagy része megkérdőjelezte a jövőbeli turisztikai kariertörzés lehetőségét. A járványnak kifejezetten negatív hatását érzik a turisztikai vállalkozások – szállodák és utazási irodák hangzottak el a fókuszcsoporthoz – a munkatársakkal szembeni viselkedésben és a pénzügyi kérdésekben. Mivel nem látják a vonzó turisztikai munkalehetőségeket, a turizmus iránt igazán elkötelezett csoporttagok inkább saját vállalkozás indításában látják a saját szerepüket a jövőben. Azonban ezeknek a vállalkozásoknak egy részét csak később tudnák elindítani, amikor a járványhelyzet stabilizálódik, és a kereslet újra felélnkül. Az online oktatás említése a végzősöknél kevésbé volt jellemző, melynek oka abban is kereshető, hogy már a második évüket teljesítik online formátumban. Az online oktatás fejlődését azonban említették, hogy így is mennyire hatékonyan lehet elsajátítani a tananyagot, a terepgyakorlatok hiányát viszont negatívumként élték meg.

4.4. A TURIZMUS JÖVŐJE A MESTERSZAKOS HALLGATÓK ÖSSZESÍTETT VÉLEMÉNYE ALAPJÁN

Kutatásunk során kiemelt hangsúlyt fektettünk arra, hogy megismerjük a turizmus mesterszakos hallgatók turisztikai jövőképét. A válaszokat a 3. táblázatban összegeztük.

3. táblázat

A turizmus jövőjének megítélése az elsőévesek és a végzős mesterszakos hallgatók körében

Felsőbb évesek	
Régi normál	Új normál
Ugyanazon elemek	Fejlődés
Ugyanazon munkafeltételek	Alkalmazkodás
Ugyanúgy sérülékeny marad	Munkavállalói érdekképviselet
	Munkafeltételek javulása
	Bizonyos desztinációk felemelkedése
Elsőévesek	
Régi normál	Új normál
Tömegturizmus	Új megoldások
	Fenntarthatóság
	Technológiai fejlődés

Forrás. saját szerkesztés

A turizmus jövőjével kapcsolatban a hallgatók egy része optimista, másik részük pesszimista álláspontot képvisel. A pesszimista hallgatók elsősorban azt hangsúlyozták, hogy a turizmus szektor nem fog változni, visszatér ugyanazokhoz a sajátosságokhoz, elvekhez, melyek a járvány előtt jellemezték. Az előző alfejezetben részletezett munkafeltételeknél is említésre került tényezők a véleményük szerint nem fognak változni, a turizmus visszatér az eredeti üzleti modellhez, és nem fejlődik a járvány okozta kihívások megválaszolása által. Külön kiemelésre került az utazási irodai szektor, mely az egyik résztvevő országában kifejezetten alacsony színvonalú és a legkevésbé kedvező munkafeltételeket nyújtja, ami véleménye szerint a későbbiekben sem fog változni.

Azonban az optimista nézet szerint az új normál egy alkalmazkodóbb, még jobb eredményeket nyújtó turizmus lesz, ami a legjobbat próbálja kihozni a kialakult helyzetből. Emellett az új normálban, az egyik nemzetközi hallgató szerint, a munkavállalók érdekképviseletének erősítésére lenne szükség, ami hozzájárulna a szakma jobb megbecsüléséhez és a munkafeltételek javulásához. Itt került említésre az *employer branding* (munkáltatói márkaépítés) hatékonyabb alkalmazása a szakmában, a dolgozók motiválása, megbecsülése és a lojalitás értékelése, amelyre már a szakirodalom áttekintése kapcsán is utaltunk (LIN et al. 2018).

Az optimista nézethez kapcsolódik, hogy bizonyos desztinációk felemelkedésére lehet számítani, ilyen az egyik résztvevő országa is. Ezekben a területeken – a tervek szerint és az eddigi jelek alapján

– erősödik a légi forgalom, nemzetközi szállodaláncok nyitnak szállodát, és egyre több diák tanul turizmussal kapcsolatos ismereteket.

Az elsőéves mesterszakos hallgatók hozzászólásaik alapján jellemzően bizakodóbbak voltak, azonban többen nehezebben ítélték a jövőben való gondolkodást, illetve a jóslást, mivel a tavalyi tavaszi időszakban is a járvány végét prognosztizálták a szakemberek, amiben aztán tévedtek. A válaszok inkább az új normált mutatták attól függetlenül, hogy a konkrét kifejezés nem került említésre. Szerintük a turizmus alkalmazkodó lesz, és az új kihívásokra új megoldásokkal válaszol. Megjelent náluk a fenntarthatóság gondolata is, ami az újfajta turizmust fogja jellemezni. A régi modellből egyedül a tömegturizmust emelték ki, miszerint az utazási éhség az eddig is látogatott térségekben újra tömeget fog okozni.

5. Összegzés és konklúzió

A kutatás fontos célja, hogy a végzős hallgatók pályaválasztását, illetve esetleges pályaelhagyását vizsgálja, és rávilágítson a turizmus szakma jövőjére a mesterszakos hallgatók szemszögéből nézve.

Első kutatási kérdésünkben arra kerestük a választ, hogy a turizmusban tanuló hallgatóknak milyen elvárásaik vannak a turisztikai munkavállalással kapcsolatban és mi jellemzi a munkaorientációjukat. A turisztikai munkavégzéssel kapcsolatban az elsőéves mesterszakos hallgatók véleménye sokkal bizakodóbb volt, mint a végzősöké. A megnevezett szakmai motiváló tényezők közül legtöbben az anyagi és a szakmai megbecsülést tartják fontosnak, míg a munkavégzésben a szakmai kihívásokat, a változatos feladatokat és a megfelelő munkaidő-beosztást. A válaszokból látható, hogy kiemelkedő jelentőségű a pozitív szakmai orientáció, a szakma szeretete.

Az interjúk során kirajzolódott, hogy a Covid19-járvány a hallgatók életét is megnehezítette, de a nehézségek ellenére is kitartanak a turizmus mellett, és kezdeti karrierlépéseiket a turizmus területén tervezik megtenni. Ugyanakkor ahhoz, hogy ez ne változzon, a szakmának is lépéseket kell tennie, nem elég a pályakezdők elhivatottságára építeni, ha hosszabb távon is szeretnék megőrizni a turisztikai munkavállalási kedvet.

Éppen ezért tervezünk egy többéves kutatást, amelyet a mostani kutatási eredmények alapoztak meg. A többéves kutatással célunk egy komplex metodika kidolgozása a karrierút két (szubjektív és objektív) oldalának mérésére, melyben a mérés végzős hallgatókkal kezdődik, és olyan pályaelhagyókkal végződik, akik valamilyen nem lineáris karrier mellett döntöttek. Az egyéni karrierutak

vizsgálata során feltérképezhetjük a munka, illetve a munkahely változtatása, valamint a gyorsan változó körülmények miatt szükségessé váló adaptációs stratégiákat. A pályaelhagyás kétoldalú (már elhagyók, végzős hallgatók) vizsgálata újszerű megközelítés, illetve ezen csoportok pályaelhagyási motivációinak elemzése újdonságként egészítené ki az eddig inkább végzős diákok percepcióit tartalmazó szakirodalmat.

A mostani feltáró kutatásunk legnagyobb korlátja a kis mintanagyság volt, ugyanakkor rávilágított azokra a sarokpontokra, amelyek megalapozzák a kutatás további szakaszait, kiegészítve annak módszertani eszköztárát. A kutatás eredménye előrevetíti annak lehetőségét, hogy más képzési helyekre járó mesterszakos hallgatók véleményével egészítsük ki, bővítsük a mintát, feltárva az esetleges kulturális és földrajzi eltéréseket. Emellett a kutatást kibővíthetjük a munkáltatók és a szakmai szervezetek véleményének megismerésével, amely egy másik nézőpontból vizsgálja a kutatási problémát, a pályakezdők helyzetét. A kutatási eredmények gyakorlati hasznosítása több érintett szempontjából is megvalósulhat. Az elemzés során szerzett információ pedig hozzájárulhat a felsőoktatási intézmények beiskolázási mutatóinak javulásához és a piaci nehézségek jobb megismeréséhez a turisztikai szektorban. A kutatások bővítésével ajánlásokat szeretnénk megfogalmazni a döntéshozók, a szakmai szervezetek és a felsőoktatási intézmények számára, amelyekkel vonzóbbá tehető a turizmus szakma.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány nem jöhetett volna létre a Turizmus-menedzsment mesterszakos hallgatók közreműködése nélkül.

Felhasznált irodalom

- AIGBEDO, H. (2021): The impact of COVID-19 on the hospitality industry: A supply chain resilience perspectives. *International Journal of Hospitality Management*. 98.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103012>
- AIREY, D. - FRONTISTIS, A. (1997): Attitudes to careers in tourism: an Anglo Greek comparison. *Tourism Management*. 18(3). pp. 149-158.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00116-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00116-1)
- AKGUNDUZ, Y. - ALKAN, C. - GÖK, Ö. (2018): Perceived organizational support, employee creativity and proactive personality: The mediating effect of meaning of work. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 34. pp. 105-114.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.004>

- ARNOUX-NICOLAS, C. - SOVET, L. - BERNAUD, J. (2017): Development and validation of the meaning of work inventory among French workers. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*. 17. pp. 165-185.
<https://doi.org/10.1007/s10775-016-9323-0>
- COLLINS-KREINER, N. - RAM, Y. (2021): National tourism strategies during the Covid-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*. 89.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103076>
- FARMAKI, A. (2018): Tourism and hospitality internships: A prologue to career intentions? *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. 23. pp. 50-58.
<https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2018.06.002>
- FELKAI P. (2021): Hogyan utazzunk a COVID járvány után? *Turizmus Bulletin*. 21(1). pp. 44-48.
<https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n1.5>
- FILIMONAU, V. - DERQUI, B. - MATUTE, J. (2020): The COVID-19 pandemic and organisational commitment of senior hotel managers. *International Journal of Hospitality Management*. 91.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102659>
- FORMÁDI, K. (2008): From Health to Tourism: Being mobile in the Wellness Sector. In: Kuhlmann, E. - Saks, M. (eds): *Rethinking professional governance: International directions in health care*. The Policy Press, Bristol. pp. 187-201.
- FORMÁDI, K. - RAFFAI, CS. (2009): New Professionalism in the Event Sector and its Impact in Hungary. In: Baum, T. - Smith, K. - Lockstone, L. (eds): *People and Work in Events and Conventions. A Research Perspectives*. CABI Publication, London. pp. 75-92.
- FOTIADIS, A. - POLYZOS, S. - HUAN, T. C. (2021): The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. *Annals of Tourism Research*. 87.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103117>
- GETZ, D. (1994): Students' work experiences, perceptions and attitudes towards careers in hospitality and tourism: a longitudinal case study in Spey Valley, Scotland. *International Journal of Hospitality Management*. 13(1). pp. 25-37.
<https://doi.org/10.1177/004728759403300285>
- GOLDTHORPE, J. H. - LOCKWOOD, D. - BECHHOFFER, F. - PLATT, J. (1968): *The Affluent Worker: Industrial Attitudes and Behaviour*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GUERRIER, Y. (1987): Hotel managers' careers and their impact on hotels in Britain. *International Journal of Hospitality Management*. 6(3). pp. 121-130.
[https://doi.org/10.1016/0278-4319\(89\)90018-2](https://doi.org/10.1016/0278-4319(89)90018-2)
- HARPAZ, I. - HONIG, B. - COETSIER, P. (2002): A cross-cultural longitudinal analysis of the

- meaning of work and the socialization process of career starters. *Journal of World Business*. 37(4). pp. 230–244.
[https://doi.org/10.1016/S1090-9516\(02\)00090-1](https://doi.org/10.1016/S1090-9516(02)00090-1)
- JOPPE, M. (2012): Migrant workers: Challenges and opportunities in addressing tourism labour shortages. *Tourism management*. 33(3). pp. 662–671.
<https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2011.07.009>
- JUNG, H. – YOON, H. (2016): What does work meaning to hospitality employees? The effects of meaningful work on employees' organizational commitment: The mediating role of job engagement. *International Journal of Hospitality Management*. 53. pp. 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.12.004>
- KIM, S. – JUNG, J. – WANG, K. C. (2016): Hospitality and tourism management students' study and career preferences: Comparison of three Asian regional groups. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. 19. pp. 66–84.
<https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2016.05.002>
- LIN, M.-Y. – CHIANG, C.-F. – WU, K.-P. (2018): How Hospitality and Tourism Students Choose Careers: Influences of Employer Branding and Applicants' Customer Orientation. *Journal of Hospitality & Tourism Education*. 30(4). pp. 229–240.
<https://doi.org/10.1080/10963758.2018.1480377>
- LIN, P. M. C. – AU, W. C. – LEUNG, W. T. Y. – PENG, K.-L. (2020): Exploring the meaning of work within the sharing economy: A case of food-delivery workers. *International Journal of Hospitality Management*. 91.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102686>
- LIPS-WIERSMA, M. – WRIGHT, S. (2012): Measuring the Meaning of Meaningful Work: Development and Validation of the Comprehensive Meaningful Work Scale (CMWS). *Group & Organization Management*. 37(5). pp. 655–685.
<https://doi.org/10.1177/1059601112461578>
- LOCKE, E. A. (1984): Job Satisfaction. In: Gruenberg, M. – Wall, T. (eds): *Social Psychology and Organizational Behavior*. London: Wiley.
- RAMAKRISHNANA, S. – MACAVEIU, C. (2019): Understanding aspirations in tourism students. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 39. pp. 40–48.
- RASHEED, M. I. – OKUMUS, F. – WENG, Q. D. – HAMEED, Z. – NAWAZ, M. S. (2020): Career adaptability and employee turnover intentions: The role of perceived career opportunities and orientation to happiness in the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 44. pp. 98–107.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.05.006>
- REED, K. (1997): Orientations to work: the cultural conditioning of motivation. *The Australian and New Zealand Journal of Sociology*. 33(3). pp. 364–386.
<https://doi.org/10.1177/144078339703300306>
- RICHARDSON, S. (2009): Undergraduates' perceptions of tourism and hospitality as a career choice. *International Journal of Hospitality Management*. 28(3). pp. 382–388.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.10.006>
- RICHARDSON, S. – THOMAS, N. J. (2012): Utilising Generation Y: United States Hospitality and Tourism Students' Perceptions of Careers in the Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 19(1). pp. 102–114.
<https://doi.org/10.1017/jht.2012.12>
- SHARMA, G. D. – THOMAS, A. – PAUL, J. (2021): Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*. 37.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100786>
- SIGALA, M. (2020): Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*. 117. pp. 312–321.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- UĞUR, N. G. – AKBIYIK, A. (2020): Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*. 36.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744>
- WATSON, T. (1995): *Sociology of Work and Industry*. London: Routledge.
- ZHANG, H. – SONG, H. – LONG W. – LIU, C. (2020): Forecasting tourism recovery amid COVID-19. *Annals of Tourism Research*. 87. 103149.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103149>

Internetes források

- KSH (2020): *A turizmus és vendéglátás fontosabb adatai*. https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0001.html, Letöltve: 2021. június 24.
- MTÜ (2017a): *Budapest vendégforgalma*. https://mtu.gov.hu/documents/prod/Budapest_vendegforgalma_2017_3.pdf, Letöltve: 2021. június 24.
- MTÜ (2017b): *Magyarország legnépszerűbb települései*. https://mtu.gov.hu/documents/prod/Magyarorszag_legnepszerubb_telepulesei_2017.pdf, Letöltve: 2021. június 24.
- MTÜ (2019): *A turizmus eredményei Magyarországon*. <https://mtu.gov.hu/cikkek/a-turizmus-eredmenyei-magyarorszagon>, Letöltve: 2021. június 24.

OECD (2020): *OECD Employment Outlook 2020 – Worker security and the COVID-19 Crisis*. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/1686c758-en/1/1/index.html?itemId=/content/publication/1686c758-en&_csp_=fc80786ea6a3a7b4628d3f05b1e2e5d7&itemIGO=oecd&itemContentType=book, Letöltve: 2021. június 24.

TURIZMUS ONLINE (2019): *Hátráltatja a turizmust a munkaerőhiány*. http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/hatraltatja_a_turizmust_a_munkaerohiany, Letöltve: 2021. szeptember 5.

TURIZMUS.COM (2021a): *Kronikus munkaerőhiányt vizionálnak a szálloda- és vendéglátóiparban*.

<https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/kronikus-munkaerohiany-sujthatja-a-jovoben-a-vendeglato-es-szallodaipart-1174030>, Letöltve: 2021. augusztus 24.

UNWTO (2020): *World Tourism Barometer 2020*. <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>, Letöltve: 2021. június 26.

TURIZMUS.COM (2021b): *A szállodák 25-30 százaléka nyithat hétfőig – interjú Baldauf Csabával*. <https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/szallodak-nyitas-hetvegen-baldauf-csaba-1174634>, Letöltve: 2021. augusztus 24.
