

Egyetemi doktori (PhD) értekezés tézisei

**TURISZTIKAI SZOLGÁLTATÁSOK SZERVEZÉSE ÉS
MENEDZSMENTJE SZÉKELYFÖLDÖN**

Gergely Norbert

Témavezető:

Prof. Dr. Rákos Mónika
egyetemi tanár



DEBRECENI EGYETEM

Gazdálkodás- és Szervezéstudományok

Doktori Iskola

Debrecen, 2026

1. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA

A témaválasztást az indokolta, hogy a jelenlegi romániai turizmusban számos olyan lehetőség említhető, amelyek kihasználása nem megfelelő a fenntartható szolgáltatásnyújtás érdekében. Ilyen probléma például számos hegyvidéki túraútvonal hiányos kiépítettsége, az épített örökség elemeinek elhanyagoltsága, a turisztikai desztináció menedzsment szervezetek hiánya, a magas színvonalat képviselő kereskedelmi szálláshelyek és éttermek alacsony piaci részesedése, valamint az idegenforgalom fejlődését talán leginkább hátráltató tényezőként, a szakképzett turisztikai szakemberek hiánya.

Az egyik legsúlyosabb kihívásként az infrastruktúra fejletlensége említhető, amely leginkább a vidéki és természetközeli desztinációk számára jelent hátrányt a megközelíthetőséget illetően. Ezzel egyidejűleg viszont a jelenlegi turisztikai kínálatot szemlélve látható, hogy a korszerű, fenntartható és akadálymentesített szálláshelyek, illetve vendéglátóegységek korlátozott száma gátolja úgy a belföldi, mint a külföldi turisták számára nyújtható szolgáltatásokkal kapcsolatos elégedettség létrejöttét. Az infrastrukturális problémák mellett szintén kritikus pont a promóciók és a nemzetközi láthatóság hiányosságai, amelyek leginkább a potenciális turisták tájékozódását és a valós információkhoz való hozzáférhetőséget hátráltatják. Ennek kapcsán megemlíthető, hogy Románia nem rendelkezik egy egységes és jól felépített turisztikai imázssal a nemzetközi piacon, ezáltal sem az ország jelentősebb desztinációi, sem a desztinációkban található turisztikai létesítmények nem tudnak elérni magas vendégforgalmat. A romániai turizmus és ennek folytonos működését segítő vállalkozások és szervezetek promóciós tevékenységei mellett elengedhetetlen a szolgáltatások magas színvonala, amely esetében is tapasztalhatóak problémák, hiszen úgy a szakképzett munkaerő hiánya, mint a szolgáltatások, turisztikai létesítmények elavultsága problémát okoz a korszerű turisztikai trendekhez való felzárkózást illetően. Ennek kapcsán megemlíthető, hogy az elsődleges és egyben legfontosabb lépés az ország turizmusának fejlesztését illetően a humánerőforrás folyamatos utánpótlása, annak motiválása és megbecsülése, amely elengedhetetlen a szolgáltatások minőségérzete szempontjából, viszont emellett indokolt, hogy úgy az épületek, mint a szolgáltatásnyújtáshoz szükséges eszközök, berendezések is korszerűek legyenek, ezáltal a minőséget és a komfortot sugallva.

Ezeknek a problémáknak a megoldása rendkívül komplex és nehéz folyamat, szükséges hozzá úgy a kormányzati szektor, mint az érdekelt civil szervezetek és turisztikai vállalkozások szoros összefogása. Az első és legfontosabb lépés az infrastruktúra fejlesztésére irányuló tervek elkészítése és megvalósítása úgy a közlekedési hálózat, közműhálózat, mint a turisztikai szálláshelyek, vendéglátóegységek kialakítását illetően. A disszertációban Erdély és Székelyföld különböző desztinációiban működő turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezetek és kereskedelmi szálláshelyek tevékenységeinek vizsgálata és a térségbe érkező turisták vendéglégedettségének felmérése valósult meg, amelyek hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a későbbiekben egy hosszú távú turizmusfejlesztési stratégia elkészüljön a vizsgált régió különböző desztinációira vonatkoztatva.

A kutatás fontosabb célkitűzései

A romániai és ezen belül a székelyföldi turisztikai kínálat fejlesztésének kérdéskörét vizsgálva különböző kutatási kérdéseket és hipotéziseket fogalmaztam meg, amelyek megválaszolásával, alátámasztásával vagy éppen ellenkezőleg, a megcáfolásával behatárolhatóvá válik a jelenlegi turisztikai piac helyzete és a benne rejlő potenciális lehetőségek. A kutatás tekintetében kulcsfontosságú úgy a desztinációk fejlesztéseiben, mint a szolgáltatásokat nyújtó kereskedelmi szálláshelyek fejlesztéseiben rejlő lehetőségek, amelynek kapcsán bevontam különböző desztinációkban működő turisztikai szervezeteket, kereskedelmi szálláshelyeket és ezzel egyidejűleg a legfontosabb turisztikai piaci tényezőt is, amely nem más, mint maga a turista. A kutatások céljai között megjelentek azon tényezők vizsgálata, amelyek elősegítik a vendéglégedettség kialakulását a kereskedelmi szálláshelyek és a desztinációk iránt, viszont célként említhető annak feltárása is, hogy milyen tényezők befolyásolják leginkább a desztinációk és a kereskedelmi szálláshelyek kínálatának fejleszthetőségét, illetve, hogy ezek miként járulnak hozzá a turistaforgalom és a vendégéjszakák növeléséhez.

A kutatás során különböző célkitűzéseket fogalmaztam meg, amelyek elérésével megvalósult a vizsgált térség turisztikai szektorának vizsgálata mind elméleti, mind gyakorlati szempontból, illetve a gyakorlati megközelítésből több nézőpontból is vizsgáltam a székelyföldi turizmus piacát, amelynek segítségével összetett és átfogó képet kaptam az

idegenforgalmi iparág aktuális helyzetéről. Ehhez kapcsolódóan a következő célkitűzéseket fogalmaztam meg:

1. A turizmus rendszerének megismerése és annak különböző aspektusainak megértése, valamint elsajátítása, amelyek segítségével **a turizmusban** rejlő **lehetőségeket** és **nehézségeket** egyaránt **megismerhetem**, illetve ezek gyakorlati fellelhetőségének vizsgálata **az erdélyi** turisztikai szektor piacán, különös tekintettel a kereskedelmi szálláshelyekre és azok szerepvállalására, mint alapvető **turisztikai** szolgáltatás.
2. A romániai turisztikai tevékenységek jogszabályi hátterének megismerése, amelyekkel kapcsolatosan úgy a kereskedelmi szálláshelyekre és azok besorolására vonatkozó jogszabályok elsajátítása, mint a romániai turisztikai desztináció menedzsment szervezetek létrehozásához és azok működtetéséhez szükséges feltételeket tartalmazó jogszabály megismerése.
3. A romániai, az erdélyi és azon belül Székelyföld (Hargita, Kovászna és Maros megyék) turisztikai szektorának helyzetfeltárása a kereskedelmi szálláshelyek és a turisztikai desztináció menedzsment szervezetek tevékenységeire fókuszálva, szem előtt tartva az Erdélyben megszállt turisták vendéglégedettségét a legutóbbi utazásaik során igénybe vett kereskedelmi szálláshelyek szolgáltatásaival kapcsolatosan.

A kutatás során különböző kutatási kérdéseket fogalmaztam meg, amelyek a vizsgálatban résztvevő székelyföldi megyék (Hargita, Kovászna és Maros megyék) turisztikai desztinációmenedzsment tevékenységeket ellátó szervezetek felmérésére irányultak. Ezek a kutatási kérdések a következők:

K1: Milyen jellegű tevékenységeket végeznek a megkérdezett turisztikai szervezetek?

K2: Hogyan járulnak hozzá a szervezetek a turisztikai projektek eredményes kimeneteléhez?

K3: A szervezetek milyen intézkedéseket tesznek a turizmus fenntarthatósága érdekében?

K4: A szervezetek milyen finanszírozási formák segítségével biztosítják a működésüket?

A kutatás szerves részét képezte az erdélyi térségbe érkező turisták vendéglégedettségének felmérése, amelynek segítségével képet kaphatunk arról, hogy miként vélekednek a térség turisztikai szolgáltatásainak színvonaláról, melyek azok a hiányosságok, amelyek fellelhetőek és melyek azok a tényezők, amelyek megléte vendéglégedettséget és hosszú távon a turisták lojalitását eredményezheti. Ehhez kapcsolódóan különböző kutatási kérdéseket fogalmaztam meg, amelyek megválaszolásával láthatóvá válik, hogy melyek azok a tényezők az aktuális turisztikai piacon, amelyek fejlesztésekre szorulnak. Ezek a kutatási kérdések a következők:

K5: Milyen típusú kereskedelmi szálláshelyeket részesítenek előnyben a megkérdezett turisták az utazásaik során?

K6: Milyen módon értesültek a megkérdezett turisták a legutóbb meglátogatott kereskedelmi szálláshelyről?

K7: Melyek azok a tényezők, amelyek befolyásolták a megkérdezett turisták foglalási döntésüket?

K8: Melyek azok a tényezők és hiányosságok, amelyek fellelhetőek a meglátogatott kereskedelmi szálláshelyeknél a megkérdezett turisták tapasztalatai alapján?

A kutatás harmadik aspektusát a kereskedelmi szálláshelyek menedzsment tevékenységeinek feltérképezése jelentette, amely során négy kutatási kérdést fogalmaztam meg. A kereskedelmi szálláshelyek menedzsment tevékenységeinek megismerése nemcsak a hosszú távú piaci verseny elérése érdekében kulcsfontosságú, hanem az idegenforgalmi szektor fejlődését tekintve is elengedhetetlen tényezőként említhető. A létesítmények tevékenységeinek felmérése során a következő kutatási kérdéseket fogalmaztam meg:

K9: Melyek azok a tényezők, amelyek a kereskedelmi szálláshelyek versenyelőnyeinek tekinthetőek és ezeket milyen eszközök segítségével képesek elérni?

K10: Melyek azok a beruházások és fejlesztések, amelyeket a vendégforgalom növelése érdekében valósítottak meg az elmúlt években?

K11: Milyen lépéseket tesznek annak érdekében, hogy a nyújtott szolgáltatások magasabb színvonalat képviseljenek?

K12: A kereskedelmi szálláshelyek milyen jövőbeli fejlesztésekben látnak lehetőségeket a vendégforgalom növelése érdekében és azokat hogyan szeretnék megvalósítani?

A kutatási kérdések megválaszolásával alátámaszthatóak, vagy éppen ellenkezőleg, megcáfolhatóak azok a hipotézisek, amelyek az értekezés elkészítéséhez végzett kutatás konkrét alapfeltevéseit jelentették. Ezek a hipotézisek alapvetően arra irányultak, hogy minél átfogóbb kutatás és több aspektusból is feltérképezett vizsgálat valósuljon meg Erdély és Székelyföld turizmusát illetően, figyelembe véve a vizsgált turisztikai desztináció menedzsment szervezeteket, az Erdélyben megszállt turisták vendéglégedettségét és a térségben működő kereskedelmi szálláshelyek fejlesztési lehetőségeit és azokban rejlő perspektíváit. A kutatás során a következő hipotézisek kerültek megállapításra:

H1: A kereskedelmi szálláshelyek szolgáltatásainak bővítése, valamint a szolgáltatások minőségének javítása pozitívan hat a turisztikai beruházások eredményességére, illetve a turisták vendéglégedettségére.

H2: A fenntarthatósági intézkedések, például az energiahatékonyságot növelő és a környezetbarát fejlesztések, bevezetése versenyelőnyt biztosíthat a turisztikai létesítmények számára.

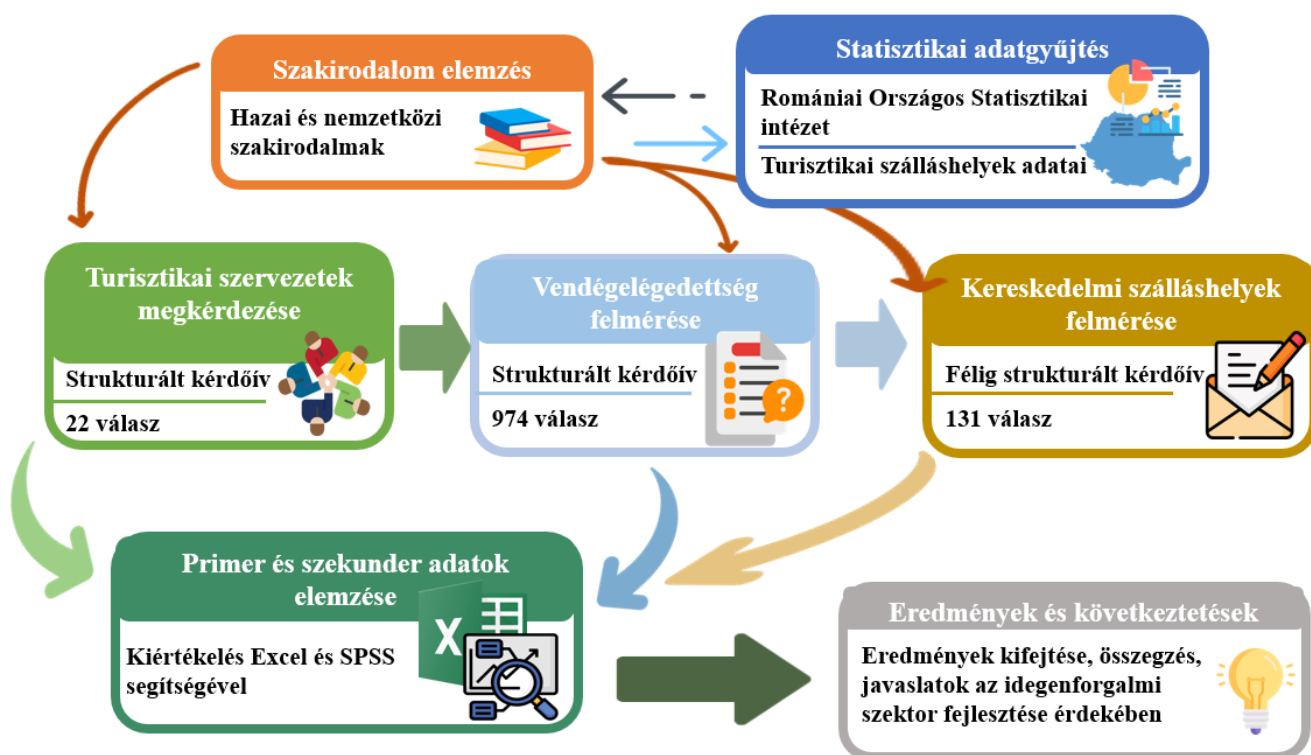
H3: A turisztikai vállalkozások pénzügyi stabilitása és a változatos finanszírozási források igénybevétele növeli a létesítmények fejlesztési és beruházási képességét.

H4: A turisták szálláshelyválasztását és foglalási döntéseiket leginkább a szolgáltatások minősége, az ár-érték arány és az online információforrások befolyásolják.

H5: A jövőbeli fejlesztések sikeressége a vendégforgalom terén abban rejlik, hogy a beruházások mennyire illeszkednek a turisták igényeihez, illetve a piaci trendekhez.

2. ADATBÁZIS ÉS AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ISMERTETÉSE

Az értekezés elkészüléséhez végzett kutatások célja annak vizsgálatára irányult, hogy melyek azok a tényezők, amelyek befolyásolják Székelyföld turisztikai kínálatának fejlődését és fejleszthetőségét, különös tekintettel a kereskedelmi szálláshelyek szerepvállalására. Ezzel egyidejűleg az Erdélyben megszállt turisták vendéglégedettségének felmérése és Székelyföldön működő turisztikai desztináció menedzsment tevékenységeket végző szervezetek felmérése is megvalósult annak érdekében, hogy az aktuális turisztikai helyzetet több aspektusból legyen megközelítve. A kutatás során felmerült kérdések megválaszolásához úgy kvantitatív, mint kvalitatív módszerek egyaránt alkalmazásra kerültek kombinálva a szekunder és a primer adatforrásokat, annak érdekében, hogy biztosítva legyen a vizsgálat megalapozottsága és az objektivitása. A kutatás és adatelemzés folyamatának menete az 1. ábrán látható.



1. ábra: A kutatás menetének folyamatábrája

Forrás: Saját szerkesztés, 2026

2.1. A szekunder kutatás során használt adatok behatárolása

A primer kutatás és a szekunder kutatáshoz kapcsolódó statisztikai adatok elemzését megelőzően a turizmus vonatkozásában megjelent különböző hazai és nemzetközi

szakirodalmak begyűjtését és azok elemzését végeztem el. A szakirodalom-elemzésben kulcsfontosságú szempontként jelent meg a vendégelégedettség és a turistaforgalom közötti összefüggések feltárása úgy nemzetközi, mint a romániai vonatkozásban. Ebből adódóan a témakörben releváns irodalmak, tanulmányok, turisztikai jelentések és statisztikai források azonosítását valósítottam meg, különös tekintettel a 2010 és 2025 évek közötti időszakra. Románia tekintetében a kutatás kiterjedt a regionális és a megyei turizmusfejlesztési tanulmányokra, statisztikai adatokra, valamint a turisztikai desztinációmenedzsment szervezetek által készített beszámolók vizsgálatára, amelyek a turisztikai erőforrások, a szolgáltatások és a látogatói élmények részletes elemzését tartalmazzák. A kutatás szempontjából kiemelt figyelmet kapott Erdély és Székelyföld turisztikai potenciáljának vizsgálata, különös tekintettel a kulturális, a természeti és a szociális tényezőkre, amelyek nagymértékben befolyásolják a vendégelégedettséget és a turisták átlagos tartózkodási idejét. A szakirodalom-elemzés öt különböző témakörhöz kapcsolódó források és azok közötti kapcsolatok meglétének feltárására irányult. Ilyen volt például a turizmus rendszere és annak összefüggései, a turisták szerepe a turizmus fejlődésében, a turisztikai vállalkozások tevékenységeinek fontossága, az idegenforgalmi szektor társadalmi jelentősége és a romániai turisztikai szektor aktuális helyzete. Az elemzés során a szakirodalmi források tartalmi kategorizálását valósítottam meg, külön kezeltem a kereskedelmi szálláshelyekkel, a turisztikai desztinációmenedzsment szervezetekkel, a turisták vendégelégedettségével, a fellelhető turisztikai attrakciókkal, valamint a hozzáférhetőséggel és infrastruktúrafejlesztéssel foglalkozó tanulmányokat. A kategorizálás, mint módszer lehetővé tette, hogy átfogó képet kapjak a vendégelégedettség tényezőiről, azok nemzetközi és romániai vonatkozásairól, valamint a lehetséges beavatkozási pontokról, amelyek elősegíthetik a turistaforgalom és a tartózkodási idő növelését. A szekunder kutatás második lépéseként a romániai turizmus iparágában közzétett statisztikai adatok elemzését végeztem el. A statisztikai adatok a Román Országos Statisztikai Intézet (Institutul Național de Statistică, INS) által közzétett hivatalos adatbázisból származtak, amely tekintetében a 2010 és 2024 évek közötti adatokat használtam fel, fókuszálva a romániai, az erdélyi és a székelyföldi megye (Hargita, Maros és Kovászna megyék) turisztikai adataira. Emellett felhasználtam a kereskedelmi szálláshelyek adatait típusonként és kényelmi besorolás szerint, a szálláshelyeken

rendelkezésre álló férőhelyszámokra vonatkozó adatokat ugyancsak szálláshelytípus és kényelmi besorolás szerint. Ezt követte a különböző megyékbe érkező turisták számának és az általuk eltöltött vendégéjszakák számának begyűjtése szálláshelytípusonként, amelyek segítségével kiszámításra került az átlagos tartózkodási idő és annak változása az említett 2010 és 2024 évek közötti időszakra vonatkoztatva.

Az adatok begyűjtését több lépésben végeztem el. Az első adatgyűjtés 2024 februárjában valósult meg. Ebben az időszakban a statisztikai intézet által közzétett adatok a 2010 és 2022 időszakra voltak elérhetőek, amelyek alapvetően arra reflektáltak, hogy a 2010 és 2019 évek közötti időszakban milyen mértékű fejlődésen ment keresztül a romániai és a vizsgált megyék turizmusa, ezen belül is a kereskedelmi szálláshelyek, mint az ágazat alapját képző szolgáltatók. Az említett adatgyűjtésből emellett az is kiderült, hogy a Covid-19 világjárvány miként hatott a kereskedelmi szálláshelyek piacára, illetve ezt követően a 2021 és 2022 években láthatóvá vált a piac korrekciója. Az adatgyűjtés második lépcsője 2025 júniusában történt, ahol a kezdeti év 2010 volt, viszont ez esetben már rendelkezésre álltak az adatok a 2024-es évig. A 2010 és 2024 évek közötti időszakra vonatkozó adatok kerültek elemzésre. Az adatok tisztítására, átalakítására és feldolgozására a Microsoft Excel adatkezelő szoftver állt rendelkezésre, amely segítségével úgy a számadatok, mint az ezekből származtatott diagramok ábrázolása egyaránt elvégezhetővé vált.

2.2. A primer kutatást indokló körülmények és a használt módszerek ismertetése

A primer kutatás több szemszögből közelíti meg az erdélyi és a székelyföldi megyék (Hargita, Maros és Kovászna megyék) turizmusát és annak különböző aspektusait. A feltáró kutatás során három oldalról közelítettem meg az említett térség turisztikai tevékenységét. Az első megközelítés a székelyföldi megyék turisztikai desztináció menedzsment szervezeteinek tevékenységeire és azok felmérésére irányult. A kutatás második aspektusa az erdélyi térségbe érkező turisták vendéglégedettségének felmérésére irányult, amely szempontjából kulcsfontosságú tényezőként volt említendő a valós és megfelelő minőségű szolgáltatások meglétére irányuló kérdések felsorakoztatása, illetve az említett kérdésekre kapott válaszok reflektáltak arra, hogy melyek azok a tényezők, amelyek vendéglégedettséget képesek generálni a turisták számára, illetve ezek képesek vagy sem a hosszú távú lojalitás kialakítására. A primer kutatás harmadik aspektusa az erdélyi

térsgben működő kereskedelmi szálláshelyek menedzsment tevékenységeinek felmérésére irányult. Ebből a szempontból mindazok a kereskedelmi szálláshelyek a felmérés fókuszába kerültek, amelyeknek az elérhetőségei fellelhetők voltak a romániai Gazdasági, Digitalizációs, Vállalkozási és Turisztikai Minisztérium (Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului) által közzétett adatbázisban. Mindhárom feltáró jellegű kutatás kérdőíves megkérdezés során valósult meg a Google Forms digitális platform segítségével. Az adatok tisztítását és feldolgozását a Microsoft Excel és az IBM SPSS 27.0 szoftverek segítségével valósítottam meg.

2.2.1. A székelyföldi TDM szervezetek tevékenységének felmérése

A turisztikai desztináció menedzsment tevékenységek felmérése szempontjából elmondható, hogy az adatgyűjtés 2024 márciusában valósult meg, amely keretében a székelyföldi megyék, Hargita, Kovászna és Maros megyék turisztikai desztináció menedzsment tevékenységeket ellátó szervezetek felmérései és azok jelentőségének vizsgálata valósult meg kérdőíves megkérdezéssel. A mintavétel nem véletlenszerű, viszont célzottan olyan turisztikai szervezetek kerültek a megkérdezés górcsővébe, amelyek az említett három megye turisztikai fejlődésében kiemelt szerepet vállalnak. A megkérdezést a Google Forms platform segítségével valósítottam meg. A kérdések szempontjából megjelentek úgy zárt, mint nyílt kérdések egyaránt, annak érdekében, hogy a válaszadás során lehetőségük legyen a válaszadóknak kifejezni nézőpontjaikat a különböző témakörökről. A zárt kérdések között megjelentek olyanok, amelyek skálátípusú válaszlehetőséget biztosítottak, ebből a szempontból 1-től 5-ig terjedő Likert-skálán adhattak választ a kitöltő személyek. Ezek a kérdések hozzájárulnak a szervezetek és szolgáltatók véleményeinek nyilvánításához, emellett a célkitűzéseinek és kezdeményezéseinek fontossága is számszerűsíthetővé válik. A skála típusú kérdések mellett megjelentek egyszerű feleletválasztós kérdések, a zárt kérdések sorában, amelyek esetében előfordultak egy- és többválasztós kérdések. A nyílt kérdések ezzel párhuzamosan a személyes véleményeik kifejtésére, tapasztalataikból származó információk közlésére és tájékoztatásra adnak lehetőséget, amelyek segítenek a zárt kérdésekre adott válaszok mögé látni. A megkérdezésből származó adatokat a Microsoft Excel és az IBM SPSS 27.0 segítségével dolgoztam fel, és leíró statisztikai elemzést végeztem. A primer kutatás ezen megközelítése során a bevonni kívánt turisztikai szervezetek vizsgálata esetében lényeges

szempont volt a szereplők közötti partnerség és a fenntartható tevékenységvégeztés feltérképezése, amely a piacon jelenlévő különböző turisztikai szereplők közötti kapcsolatokra irányult. A kérdőíves megkérdezés során a mintavételi keretét 23 turisztikai vonatkozású szervezet alkotta, melyek közül 22 szervezet töltötte ki a kérdőívet. A beérkező válaszok közül 16 válasz Hargita megyéből, 3 válasz Kovászna megyéből és 3 válasz Maros megyéből származott. A megkérdezés rávilágított arra, hogy a turisztikai szervezetek és szolgáltatók együttes tevékenysége milyen mértékben járul hozzá a desztinációk versenyképességének javításához, illetve a kínálati szegmens fejlődéséhez.

A kutatás célja elsősorban a vizsgálandó térség turisztikai tevékenységének megismerésére volt vonatkoztatható, rávilágítva arra, hogy milyen jellegű potenciális fejlesztési lehetőségek mutatkoznak meg a különböző desztinációk és a régió szintjét illetően. Továbbá a felmérésből származó adatok és a turisztikai desztináció menedzsment tevékenységekhez fűződő hazai és nemzetközi szakirodalmak együttes értelmezése reflektált arra, hogy a desztinációkban jelenlevő turisztikai tevékenységek fejlődése miként alakult a vizsgált évek során.

2.2.2. Az Erdélybe érkező turisták vendéglégedettségének felmérése

Az erdélyi turizmus jellegének felmérésére irányuló kutatás második aspektusát tekintve szintén egy primer adatgyűjtés formájában valósult meg egy kérdőíves felmérés segítségével. Az adatfelvétel 2024 december 10-én vette kezdetét és 2025 május 10-ig tartott, annak érdekében, hogy a téli csúcsidőszak és a kora tavaszi, kevésbé frekvenciált időszaka is a vizsgálat tárgyát képezze. A kérdőív terjesztését tekintve több módszer is megjelent, többek között a térségben jelenlévő kereskedelmi szálláshelyekhez, valamint utazási irodákhoz és turisztikai információs irodákhoz került kiküldésre elektronikus formában, illetve emellett olyan Facebook csoportokban is közzétételre került (ugyancsak elektronikus formában), amelyekben turisták keresnek szállást az erdélyi térségben. A felmérés során a Google Forms felülete biztosította a kérdőív kialakításának és a kapott válaszok gyűjtésének helyszínét. A mintavétel ez esetben nem véletlenszerű, viszont szándékosan célzott módszerként említhető. A mintagyűjtés során a cél abban nyilvánult meg, hogy olyan turisták kerüljenek bevonásra, akik legalább egy éjszakát eltöltenek egy erdélyi kereskedelmi szálláshelyen az említett adatgyűjtés időszaka során. Az így

keletkezett minta biztosította, hogy a kitöltésben résztvevő turisták a releváns tapasztalataikkal rendelkezzenek a térség turisztikai kínálatát tekintve. A végső minta N=974 főből állt, amely megfelelő alapot biztosított az adatok kvantitatív statisztikai elemzéséhez. A célzott, nem valószínűségi mintavétel miatt a minta nem tekinthető reprezentatívnak. A nagy elemszám (N=974) ugyanakkor megfelelő alapot biztosít a mintán belüli statisztikai összefüggések vizsgálatához, a kapott eredmények teljes turistapopulációra történő általánosítása azonban korlátozott. A felmérésben használt kérdőív strukturális formáját tekintve elmondható, hogy három fő részből tevődött össze. Az első rész alapvetően az utazók személyes preferenciáinak feltárására fektette a hangsúlyt, ugyanis a kérdések az általuk kedvelt szálláshelytípusokra, az utazásaik során kedvelt hónapokra és utazási szándékaikra irányultak. A kérdőív második részében a megkérdezett személyek kifejezhették vélekedésüket a legutóbb meglátogatott kereskedelmi szálláshelyről. Ez esetben a kérdések fókuszáltak a választási döntés meghozatalának kérdéskörére. Emellett az elszállásolással, az étkeztetéssel és az igénybevehető szolgáltatásokkal kapcsolatos elvárásokra és azok teljesülésére is irányultak kérdések ebben a szakaszban. Végül, de nem utolsó sorban a kérdőív harmadik részében a kitöltők tipizálására vonatkozó kérdések kerültek felsorakoztatásra, amelyek során a válaszadóknak meg kellett jelölniük nemi identitásukat, életkorukat, iskolai végzettségüket, utazásaik gyakoriságát, az utazásaikra szánt pénzösszeget, illetve a jövedelmi szintjüket. A kutatás célja abban nyilvánult meg, hogy az erdélyi turisztikai szereplők visszajelzést kapjanak a turisták aktuális véleményéről, amely elsősorban a régióban működő kereskedelmi szálláshelyekre és azoknál igénybevehető szolgáltatások mennyiségére, minőségére, illetve esetleges hiányosságaira irányul.

A megkérdezésből származó adatok a Microsoft Excel és az IBM SPSS 27.0 statisztikai adatelemző szoftver segítségével dolgoztam fel. Az adattisztítást és előkészítést követően leíró statisztikai vizsgálat, gyakoriságvizsgálat, a demográfiai adatok és a kitöltők vélekedésével összekötött kereszttáblák elkészítése valósult meg. A válaszadók különböző attitűdjeinek vizsgálata érdekében főkomponens-analízis (PCA) segítségével dimenziókat dolgoztam ki, amelyek az attitűdöket reprezentálják. Független mintás t-próbával és varianciaanalízissel (ANOVA) vizsgáltam, hogy az egyes attitűdkomponensek értékei szignifikánsan különböznek-e a válaszadók demográfiai jellemzői alapján képzett csoportok

között (1. táblázat). A statisztikai próbák során 5%-os szignifikanciaszintet ($\alpha = 0,05$) alkalmaztam.

1. táblázat: A kutatás során használt kérdőívet kitöltő személyek szocio-demográfiai adatainak jellemzése

		N=esetszám	Százalék
Nem	Nő	646	66,3%
	Férfi	328	33,7%
Családi állapot	Egyedülálló	235	24,2%
	Párkapcsolatban él	460	47,4%
	Házas	263	27,1%
	Elvált	12	1,2%
	Özvegy	1	0,1%
Életkor	25 év vagy az alatt	349	35,8%
	26 év és 50 év között	596	61,2%
	51 év vagy az felett	29	3,0%
Iskolai végzettség	Alapfokú végzettség	291	29,9%
	Felsőfokú végzettség	683	70,1%
Pihenésre költött összeg RON/év	≤ 2000	152	15,6%
	2001 – 4000	320	32,9%
	4001 – 6000	224	23,0%
	≥ 6001	278	28,5%
Gazdasági aktivitás	Gazdaságilag aktív	807	82,9%
	Gazdaságilag inaktív, de kereső	50	5,1%
	Munkanélküli	13	1,3%
	Eltartott	104	10,7%
Nettó jövedelem RON/hó	≤ 3000	206	22,0%
	3001 - 4000	225	24,1%
	4001 - 5000	206	22,0%
	≥ 5001	298	31,9%

Megjegyzés: az egyes változók esetében a válaszhiányok miatt az érvényes elemszám eltérhet a teljes mintanagyságtól (N=974).

Forrás: Saját szerkesztés a turisták megkérdezése során használt kérdőív kérdéseire kapott válaszok alapján, 2026

2.2.3. Az erdélyi kereskedelmi szálláshelyek menedzsmentjének felmérése

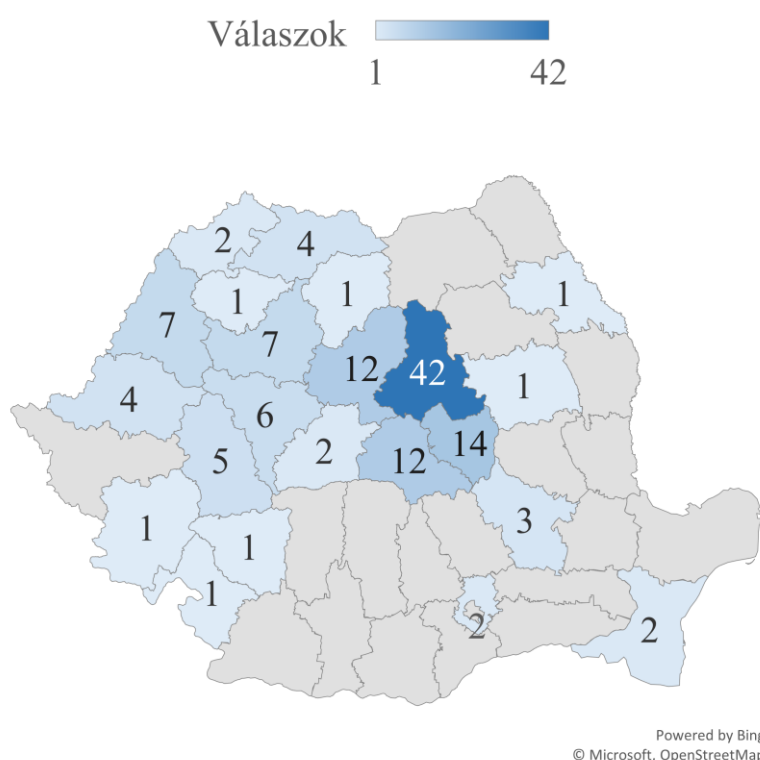
Annak érdekében, hogy az erdélyi turizmus komplex vizsgálata megvalósuljon, a kutatás harmadik aspektusát tekintve egy primer kutatás keretében a térségben működő kereskedelmi szálláshelyek tevékenységének felmérése valósult meg egy strukturált kérdőív segítségével. A megkérdezés online módon valósult meg. Az adatfelvétel 2025 január 27-én vette kezdetét és 2025 július 25-ig tartott. Az adatfelvétel során első lépésként az erdélyi térségben működő kereskedelmi szálláshelyek elérhetőségeinek begyűjtése valósult meg, amelyek a Gazdasági, Digitalizációs, Vállalkozási és Turisztikai Minisztérium (Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului) oldalán közzétett adatokból származtak. Ennek kapcsán 8 173 e-mail cím került begyűjtésre, amelyből 429 Fehér megyéből, 229 Arad megyéből, 756 Bihar megyéből, 205 Beszterce-Naszód megyéből, 1 595 Brassó megyéből, 346 Krassó-Szörény megyéből, 961 Kolozs megyéből, 116 Kovászna megyéből, 596 Hargita megyéből, 493 Hunyad megyéből, 783 Máramaros megyéből, 306 Maros megyéből, 91 Szilágy megyéből, 87 Szatmár megyéből, 782 Szeben megyéből és 398 Temes megyéből származott. A felméréshez használt kérdőív elkészítésének és a válaszok fogadásának háttérfelülete a Google Forms volt, illetve az említett megyékből származó e-mail címekre a brevo.com hírlevél platform segítségével küldtem ki a kérdőív magyar és román nyelvű változatát, annak érdekében, hogy a felmérés szempontjából minden releváns kereskedelmi szálláshely megszólításra kerüljön. Az adatgyűjtés során a minta nagysága $N=131$ egyedből tevődött össze, amely elégséges alapot biztosított az adatok kvantitatív értelmezéséhez (2. táblázat). A felméréshez használt strukturált kérdőív esetében elmondható, hogy kilenc szakaszra tagolódott, amelyek átfogó képet biztosítottak a megkérdezett vállalkozások tevékenységeiről és jövőbeli perspektíváikról. A kérdőív első szakaszában a vállalkozásokra vonatkozó alapadatok megkérdezése valósult meg, a második szakaszban lévő kérdések a vállalkozások működési hatékonyságára irányultak, a harmadik szakaszban lévő kérdések a vállalkozások pénzügyi tudatosságára irányultak, a negyedik szakaszban lévő kérdések a beruházások és fejlesztések hatására irányultak, az ötödik szakaszban lévő kérdések a humán erőforrás menedzsmentre irányultak, a hatodik szakaszban lévő kérdések a vállalkozások technológiai innovációira és digitalizációs megoldásaira irányultak, a hetedik szakaszban lévő kérdések a vendégprofilok és célcsoportok felmérésére irányultak, a nyolcadik szakaszban lévő kérdések a szálláshelyek

fejlesztési terveire irányultak, illetve a kilencedik szakaszban lévő kérdések a partnerségi kapcsolatok és együttműködések milyenségére irányultak. A kérdőív 54 kérdésből tevődött össze.

A megkérdezésből származó adatok a Microsoft Excel és az IBM SPSS 27.0 segítségével dolgoztam fel. Az adattisztítást és előkészítést követően leíró statisztikai vizsgálat, gyakoriságvizsgálat valósult meg. Továbbá a válaszok felhasználásával különböző diagramok elkészítését valósítottam meg, amelyek vizuálisan is ábrázolják a megkérdezésben résztvevő vállalkozások vélekedéseinek sokszínűségét.

2. táblázat: A megkérdezett kereskedelmi szálláshelyek válaszainak területi behatárolása megyék szerint (N=131)

Megyék	Válaszok száma
Hargita megye	42
Kovászna megye	14
Maros megye	12
Brassó megye	12
Bihar megye	7
Kolozs megye	7
Fehér megye	6
Hunyad megye	5
Arad megye	4
Máramaros megye	4
Szatmár megye	2
Szeben megye	2
Beszterce-Naszód megye	1
Krassó-Szörény megye	1
Szilágy megye	1
Temes megye	0
Erdélyen kívül eső megyék	11



Forrás: Saját szerkesztés a kereskedelmi szálláshelyek megkérdezése során használt kérdőív 2. kérdésére kapott válaszok alapján, 2026

3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI

A kutatás során megfogalmazott hipotézisek és azokhoz kapcsolódó kutatási kérdésekből származtatott eredmények alapján több kulcsfontosságú következtetést és összefüggést is megállapítottam a vizsgált három megye (Hargita, Kovászna és Maros megyék) turisztikai desztináció menedzsment tevékenységeinek jelentőségéről, a turisták vendéglégedettségének fontosságáról, valamint a kereskedelmi szálláshelyek fejlesztési terveiről és azokban rejlő lehetőségekről, amelyek együttesen segítik a turizmus hosszú távú fejlődését.

Az első hipotézis (H1: A kereskedelmi szálláshelyek szolgáltatásainak bővítése, valamint a szolgáltatások minőségének javítása pozitívan hat a turisztikai beruházások eredményességére, illetve a turisták vendéglégedettségére.), amely szerint a turisztikai szolgáltatások bővítése és azok minőségének javítása hozzájárul a turisták vendéglégedettségéhez és a különböző turisztikai jellegű beruházások sikerességéhez, teljes mértékben beigazolódott, ugyanis a K2. (Hogyan járulnak hozzá a szervezetek a turisztikai projektek eredményes kimeneteléhez?), a K7. (Melyek azok a tényezők, amelyek befolyásolták a megkérdezett turisták foglalási döntésüket?), a K9. (Melyek azok a tényezők, amelyek a kereskedelmi szálláshelyek versenyelőnyeinek tekinthetők és ezeket milyen eszközök segítségével képesek elérni?) és a K11. (Milyen lépéseket tesznek annak érdekében, hogy a nyújtott szolgáltatások magasabb színvonalat képviseljenek?) kutatási kérdésekre kapott eredmények azt mutatták, hogy a válaszadók nagy hangsúlyt fektetnek a stratégiai tervezésre, a fenntarthatósági szempontok figyelembevételére, illetve a vendégélmény folyamatos fejlesztésére. A szolgáltatások bővítése, mint például az új programok bevezetése, minőségi szálláshelyek kialakítása, továbbá a humánerőforrás képzése pozitív hatást gyakorol a látogatók elégedettségére és az egyes desztinációk versenyképességére, amelyek lényegesek a szálláshelyek fenntartható működését tekintve (NICULA et al., 2013; MARTON et al., 2018; LŐKE, 2019; CZUCZOR et al., 2023). Ez arra utal, hogy a minőségfejlesztés nem csak a vendéglégedettség, hanem a beruházások megtérülése szempontjából is kulcsfontosságú tényező.

A második hipotézis (H2: A fenntarthatósági intézkedések, például az energiahatékonyságot növelő és a környezetbarát fejlesztések, bevezetése versenyelőnyt biztosíthat a turisztikai

létesítmények számára.), amely szerint a fenntarthatósági intézkedések bevezetése hozzájárul a desztinációk hosszú távú versenyképességének növeléséhez, részben igazolódott. A K3. (A szervezetek milyen intézkedéseket tesznek a turizmus fenntarthatósága érdekében?), a K9. (Melyek azok a tényezők, amelyek a kereskedelmi szálláshelyek versenyelőnyeinek tekinthetőek és ezeket milyen eszközök segítségével képesek elérni?), a K10. (Melyek azok a beruházások és fejlesztések, amelyeket a vendégforgalom növelése érdekében valósítottak meg az elmúlt években?) és a K12. (A kereskedelmi szálláshelyek milyen jövőbeli fejlesztésekben látnak lehetőségeket a vendégforgalom növelése érdekében és azokat hogyan szeretnék megvalósítani?) kutatási kérdésekre kapott válaszok rámutattak arra, hogy a kulturális örökségek védelme, a környezetbarát közlekedés támogatása, a zöld infrastruktúra fejlesztése, továbbá a helyi közösségek bevonása mind olyan tényezők, amelyek javítják a desztinációk imázsát és erősítik azok piaci pozícióját. Ugyanakkor az is megállapíthatóvá vált, hogy a szezonális, a munkaerőhiány és a finanszírozási nehézségek miatt ezen intézkedések teljes körű megvalósítása nem minden területi egységben lehetséges, ebből adódóan a fenntarthatósági törekvések gyakorlati hatása egyes területeken korlátozódott.

A harmadik hipotézis (H3: A turisztikai vállalkozások pénzügyi stabilitása és a változatos finanszírozási források igénybevétele növeli a létesítmények fejlesztési és beruházási képességét.), amely szerint a változatos finanszírozási források megléte növeli a turisztikai szervezetek fejlesztési képességeit, részben nyert alátámasztást. A K4. (A szervezetek milyen finanszírozási formák segítségével biztosítják a működésüket?), a K10. (Melyek azok a beruházások és fejlesztések, amelyeket a vendégforgalom növelése érdekében valósítottak meg az elmúlt években?) és a K12. (A kereskedelmi szálláshelyek milyen jövőbeli fejlesztésekben látnak lehetőségeket a vendégforgalom növelése érdekében és azokat hogyan szeretnék megvalósítani?) kutatási kérdésekből származtatott eredmények szerint a kormányzati támogatások, tagsági díjak a TDM szervezetek esetében, valamint a pályázati források fontos szerepet játszanak a működés fenntartásában és a fejlesztések megvalósításában. A TDM szervezetek és a desztinációk tevékenységeivel kapcsolatosan az idegenforgalmi adó bevezetésének hiánya több településen jelentős akadályt jelent a hosszú távú pénzügyi stabilitás elérésében. Azokban az esetekben, amelyekben a finanszírozás több oldalú, azokban látható, hogy nagyobb volumenű beruházások és

hatékonyabb fejlesztések valósultak meg, míg azokban az esetekben, ahol kizárólag pályázati vagy állami forrásokra támaszkodnak kiszolgáltatottabb helyzetben vannak (SHANG et al., 2023; PAVONE et al., 2021; ALEKSANDROVA és NENAKHOVA, 2019; SESOTYANINGTYAS és MANAF, 2015; JANG et al., 2008).

A negyedik hipotézis (H4: A turisták szálláshelyválasztását és foglalási döntéseiket leginkább a szolgáltatások minősége, az ár-érték arány és az online információforrások befolyásolják.) a turisták szálláshelyválasztását és foglalási döntéseit befolyásoló tényezőkre vonatkozott. Az eredmények alapján megállapítható, hogy az utazók döntéseiben kiemelt szerepet játszik a szolgáltatások minősége, az ár-érték arány, valamint az elérhető információk hozzáférhetősége és hitelessége. A vizsgálati eredmények a H4 hipotézist alátámasztották. A K5. (Milyen típusú kereskedelmi szálláshelyeket részesítenek előnyben a megkérdezett turisták az utazásaik során?), a K6. (Milyen módon értesültek a megkérdezett turisták a legutóbb meglátogatott kereskedelmi szálláshelyről?) és a K7. (Melyek azok a tényezők, amelyek befolyásolták a megkérdezett turisták foglalási döntésüket?) kutatási kérdésekre kapott válaszok alapján elmondható, hogy a turisták döntéseit jelentős mértékben meghatározzák az online foglalási felületeken elérhető médiatartalmak, hozzászólások, a közösségi médiában olvasható vélemények, illetve a személyes ajánlások. A minőségi szolgáltatások és a kedvező ár-érték arány nem csak a választás pillanatában, hanem a visszatérő vendégek esetében is meghatározó szerepet töltenek be.

Az ötödik hipotézis (H5: A jövőbeli fejlesztések sikeressége a vendégforgalom terén abban rejlik, hogy a beruházások mennyire illeszkednek a turisták igényeihez, illetve a piaci trendekhez.), amely szerint a jövőbeli fejlesztések sikeressége a turisták igényeihez és a piaci trendekhez történő alkalmazkodáson múlik, részben beigazolódott. A K8. (Melyek azok a tényezők és hiányosságok, amelyek fellelhetőek a meglátogatott kereskedelmi szálláshelyeknél a megkérdezett turisták tapasztalatai alapján?), a K10. (Melyek azok a beruházások és fejlesztések, amelyeket a vendégforgalom növelése érdekében valósítottak meg az elmúlt években?), a K11. (Milyen lépéseket tesznek annak érdekében, hogy a nyújtott szolgáltatások magasabb színvonalat képviseljenek?) és a K12. (A kereskedelmi szálláshelyek milyen jövőbeli fejlesztésekben látnak lehetőségeket a vendégforgalom növelése érdekében és azokat hogyan szeretnék megvalósítani?) kutatási kérdésekre kapott

válaszok alapján az eredmények egyértelműen rámutattak arra, hogy azok a beruházások, amelyek közvetlenül reagálnak a turisták elvárásaira, azok változást jelentettek a vendégforgalomban. A fenntarthatósági és a digitalizációs trendek követése potenciális irányként említhető, viszont ezek megvalósítása problémát jelenthet a forráshiány miatt (CAJIAO et al., 2022; HORVÁTH és JOÓR, 2022; FILLIPLAK et al., 2023; LIM et al., 2023).

A primer kutatások alapján kijelenthető, hogy úgy a turisztikai szervezetek, mint a kereskedelmi szálláshelyek vezetői a hosszú távú turisztikai fejlődésre törekednek, szem előtt tartva a minőségi szolgáltatások kínálását, amelyek nem csak a vendégforgalom növelésére irányulnak, hanem az átlagos tartózkodási idő növelésére is. A turisztikai szektor kínálati oldalának vizsgálata mellett a keresleti oldal szemszöge is kulcsfontosságú, ugyanis a turisták jelentik a turizmus mozgatórugóját. A turisták tapasztalatai azt mutatták, hogy kulcsfontosságú a reális és megbízható turisztikai szolgáltatások jelenléte a kínálatban, viszont ezzel párhuzamosan az is láthatóvá vált, hogy milyen tényezők alapján hozzák meg a foglalási döntéseiket, melyek azok a szempontok, amelyek alapján kiválasztják a számukra leginkább megfelelő létesítményeket, illetve azzal kapcsolatban is kifejtették véleményüket, hogy milyen jellegű hiányosságokat tapasztaltak az erdélyi kereskedelmi szálláshelyek körében az utazásaik során. Ezek az eredmények olyan iránymutatást adnak, amelyet a vizsgált turisztikai szereplőknek együttesen célszerű követniük. Az erre épülő korszerű és innovatív fejlesztések nemcsak a szolgáltatások minőségének javításához járulhatnak hozzá, hanem Erdély turisztikai desztinációinak nemzetközi pozicionálását is erősíthetik.

A turizmus gazdasági vonzatait elemezve elsősorban a multiplikátorhatásra vonatkozó tényezők jelentek meg. Az elmúlt években az erdélyi szálláshelyek száma dinamikusán növekedett, amely önmagában is gazdasági növekedést generált. A statisztikai adatok rávilágítottak, hogy a kereskedelmi szálláshelyek száma 2010 és 2024 között megtöbbszöröződött, amely nem csak a turisztikai szektor kínálatának bővülését jelenti, hanem a helyi gazdaság diverzifikációját is elősegíti. Hargita megye turizmusát szemlélve például láthatóvá vált, hogy a szálláshelyek száma 86%-os növekedést produkált, amely a helyi vállalkozói aktivitás erősödését és a turizmushoz kapcsolódó szolgáltatások bővülését vonta maga után. Ez a jellegű fejlődés alátámasztja a szakirodalomban megjelenő multiplikátorhatást, amely szerint a turisztikai beruházások közvetlen és közvetett hatásai

egyaránt jelentősen hatnak a régió gazdasági teljesítményére. A turisztikai piac tekintetében számos átalakulás figyelhető meg, ugyanis míg korábban a hagyományos szállodák és azok szolgáltatásai domináltak, napjainkban egyre nagyobb szerepet töltenek be az apartmanok és a kiadó szobák. Ez a jelenség összhangban áll a nemzetközi trendekkel, ugyanis az Airbnb típusú rövid távú lakáskiadás egyre nagyobb keresletnek örvend világszerte, illetve ezzel egyidejűleg az erdélyi turizmusban is sajátos jelentősége van. Ezzel párhuzamosan elmondható, hogy szem előtt kell tartani a keresleti és a kínálati oldal közötti egyensúlyhiány tartós problémáját, amely alapján látható, hogy a szálláshelyek száma látványosan növekedett, viszont a kapacitáskihasználtság 40-45% körüli átlagértéket vett fel, amely alulmarad a nemzetközi szinttől. Ez a jelenség arra utal, hogy a kínálat bővüléséhez nem társult kellőképpen a diverzifikált szolgáltatási struktúra és a turisztikai termékek fejlesztése nem követte a változó keresleti igényeket. Az empirikus eredmények alapján számos kereskedelmi szálláshely a hagyományos vendéglátás szintjén rekedt, anélkül, hogy integrált volna különböző élményalapú szolgáltatásokat, tematikus programokat vagy összetett csomagajánlatokat, amelyek a modern turizmus alapját képezik.

A kereskedelmi szálláshelyek menedzsmentjének felmérésére irányuló kutatás eredményei utalnak a vállalkozások pénzügyi sebezhetőségére és strukturális gyengeségeire. A szálláshelyek több mint fele nem rendelkezik naprakész költségvetési tervvel és mindössze néhány vállalkozás használ korszerű pénzügyi szoftvereket. Ez jelentős lemaradás a digitális transzformáció területén, amely a nemzetközi szakirodalom szerint alapfeltétele a versenyképességnek. A pénzügyi instabilitás nem csupán a napi működést nehezíti, hanem a hosszú távú fejlesztések tervezését is akadályozza, hiszen a beruházási döntésekhez nélkülözhetetlen a pontos költség- és bevételi előrejelzés. Az empirikus adatok megerősítik a szakirodalom azon állítását, hogy a pénzügyi menedzsment kulcsfontosságú, ugyanakkor rávilágítanak arra, hogy Erdélyben ezen a téren jelentős hiányosságok tapasztalhatók.

A desztinációmenedzsment szerepének vizsgálata az erdélyi turizmusfejlesztésben különösen releváns, hiszen a turisztikai termékek sikeressége nem pusztán az egyes szolgáltatók teljesítményén, hanem a régió egészének összehangolt menedzsmentjén múlik. A szakirodalom egyértelműen hangsúlyozza (HORVÁTH, 2013; FIROIU et al., 2019; AGRÁDI és BAYRAMOV, 2022; KASZÁS és KELLER, 2022), hogy a desztináció menedzselése összetett folyamat, amely stratégiai tervezést, marketingtevékenységet,

partneri együttműködést és finanszírozási stabilitást igényel. Erdély esetében a felmérések rámutatnak arra, hogy a desztinációmenedzsment szervezetek a gyakorlatban számos korlát között működnek. A szervezetek többsége mindössze néhány főt foglalkoztat, és gyakran hiányzik a megfelelő szakértelem, amely szükséges lenne a hatékony stratégiai tervezéshez. Az empirikus adatok szerint a szervezetek közel 70%-a ugyan fontosnak tartja a hosszú távú stratégiai gondolkodást, de ténylegesen kevés olyan dokumentum vagy akcióterv készült, amely valóban iránymutatást adna a turisztikai fejlesztésekhez.

A marketingtevékenységek terén az online felületek és a digitális kommunikáció dominanciája figyelhető meg. A szervezetek több mint kétharmada használ aktívan közösségi médiát, honlapot vagy online kampányokat a régió népszerűsítésére. Ez összhangban van a nemzetközi szakirodalommal (ÖZCAN et al., 2021; ONCIOIU et al., 2022; PACHUCKI et al., 2022; TAM et al., 2024), amely szerint a digitális jelenlét a turizmusban ma már nélkülözhetetlen. Ugyanakkor az is világossá vált, hogy a marketingtevékenység gyakran ad hoc jellegű és nem illeszkedik egy átfogó márkastratégiába. Erdély sokszínű turisztikai kínálata ugyan jelentős vonzerőt képvisel, de hiányzik az egységes arculat és a hosszú távú pozicionálás. A szakirodalmi példák (ZULVIANTI et al., 2023; HASAN et al., 2020; HERNÁNDEZ-ROJAS és HUETE ALCOCER, 2021; LE és LE, 2020; SU et al., 2020; XU et al., 2021) alapján más régiókban a desztináció imázsa sikeresen járult hozzá a versenyképesség növeléséhez. A vizsgált szervezetek tevékenységében nem rajzolódott ki egy egységes, hosszú távú regionális márkastratégia, amely képes lenne a régiót egységes, felismerhető márkaként elhelyezni a nemzetközi turisztikai piacon.

A vendégelégedettség adatai két fontos megállapításra hívják fel a figyelmet, egyrészt a turisták magas elégedettségi szintről számoltak be, másrészt számos szolgáltatási területen további fejlesztési lehetőség azonosítható. A magas vendégelégedettség mellett az eredmények arra is rámutatnak, hogy számos szolgáltatási területen további fejlesztési lehetőség azonosítható, különösen a kiegészítő és élményalapú szolgáltatások körében. Hosszú távon azonban ez nem elegendő, hiszen a turizmusban a verseny egyre inkább az élménygazdag, magas színvonalú, innovatív termékek körül zajlik. Abban az esetben, ha Erdély nem tud lépést tartani a nemzetközi trendekkel, fennáll a veszélye annak, hogy a

vendégek elégedettsége stagnál vagy csökken, különösen olyan esetekben, amikor összehasonlítják a régiót más, fejlettebb turisztikai desztinációkkal.

A turizmus jövőbeli fejlődése szempontjából kulcskérdés, hogy miként lehet áthidalni a szakirodalomban megjelenő elvárások és a valóság közötti szakadékot. A digitális transzformáció felgyorsítása alapvető fontosságú. Az automatizált ügyfélkapcsolati rendszerek, az online foglalási platformok integrálása, az okos szobák és a digitális fizetési lehetőségek bevezetése mind hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a régió versenyképes maradjon. A fenntarthatósági gyakorlatok erősítése szintén elengedhetetlen, a zöld beszerzési rendszerek kiépítése, az energiahatékonyság növelése és a fenntarthatósági tanúsítványok megszerzése nemcsak környezeti, hanem gazdasági szempontból is előnyöket jelenthetnek. A humán erőforrás-fejlesztés szintén kulcskérdés. A regionális képzési programok, az egyetemekkel való együttműködések és a szakmai gyakorlati programok egyaránt hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a turisztikai szektor vonzóbbá váljon a fiatalok számára, és hosszú távon biztosított legyen a szakképzett munkaerő utánpótlása. A turisztikai termékfejlesztés Erdélyben csak akkor érhet el fenntartható sikereket, ha képes lesz egyszerre reagálni a globális trendekre és figyelembe venni a régió egyedi adottságait. A jövőre vonatkozó stratégiák központi eleme a digitalizáció felgyorsítása kell, hogy legyen. A vizsgálatok egyértelműen kimutatták, hogy a szálláshelyek többsége elmarad a technológiai innováció terén, annak ellenére, hogy a nemzetközi turisztikai piacot már a digitalizált élményalapú szolgáltatások határozzák meg. Az online check-in, az okos szobák, a mesterséges intelligenciával támogatott ügyfélkapcsolati rendszerek és a valós idejű adatgyűjtés ma már nem pusztán kényelmi tényezők, hanem versenyképességi előfeltételek. Erdély szálláshelyei számára a digitalizációba való beruházás nem csupán költséget jelent, hanem hosszú távon megtérülő befektetést, amely egyszerre növeli a vendégelégedettséget és csökkenti az üzemeltetési költségeket. A digitális transzformáció elmaradása a régió tartós lemaradását eredményezheti, különösen akkor, ha a nemzetközi turisták magasabb elvárásokkal érkeznek, mint amire a helyi szolgáltatók fel vannak készülve.

A kutatás összességében arra világított rá, hogy Erdély és azon belül Székelyföld turizmusfejlesztése egyszerre hordoz jelentős lehetőségeket és komoly kihívásokat. A lehetőségek közé tartozik a gazdag kulturális és természeti örökség, a növekvő nemzetközi érdeklődés, valamint az a tény, hogy a vendégek jelenleg is viszonylag magas elégedettségi

szintet mutatnak. A kihívások ugyanakkor a kínálat alacsony diverzifikáltságában, a fenntarthatósági intézkedések hiányában, a digitalizációs lemaradásban és a humánerőforrás-hiányban rejlenek. A jövőbeli fejlesztések sikere azon múlik, hogy sikerül-e ezeket a kihívásokat integrált módon kezelni, és olyan stratégiákat kialakítani, amelyek egyszerre szolgálják a gazdasági növekedést, a társadalmi jólétet és a környezeti fenntarthatóságot.

4. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI

Az értekezés célja Erdély, ezen belül kiemelten Székelyföld turisztikai termékeinek és szolgáltatásainak kialakítását és szervezését befolyásoló tényezők összetett vizsgálata volt, különös tekintettel a desztinációmenedzsment-szervezetek tevékenységére, a kereskedelmi szálláshelyek szolgáltatásfejlesztési gyakorlatára és a térségbe érkező turisták vendéglégedettségére.

A kutatás során végzett empirikus vizsgálatok egyértelműen igazolták, hogy az erdélyi turizmus teljesítménye és fejlődési potenciálja nem értelmezhető az egyes szolgáltatók izolált működésének eredményeként. A turisztikai rendszer hatékonyságát alapvetően az intézményesült együttműködések minősége határozza meg, különös tekintettel a desztinációmenedzsment szervezetek koordinációs szerepére. A különböző adatfelvételek eredményeinek együttes értelmezése arra utal, hogy a szervezettebb együttműködés kedvezőbb szolgáltatási környezet kialakulásával járhat együtt.

A kutatás újszerű hozzájárulása abban nyilvánul meg, hogy a turisztikai termékfejlesztést nem egyetlen szereplőcsoport perspektívájából vizsgálom, hanem a kínálati és keresleti oldal strukturális viszonyait egyszerre elemzem. A desztinációmenedzsment szervezetek, a kereskedelmi szálláshelyek és a turisták adatainak integrált értelmezése feltárta, hogy a fejlesztési döntések és a fogyasztói elvárások között rendszerint tartós eltérések figyelhetők meg. Ez az eltérés nem esetleges jellegű, hanem a turisztikai irányítás és a piaci visszacsatolás hiányosságaira vezethető vissza, ami új értelmezési keretet kínál a desztinációk stratégiai tervezéséhez. Az alkalmazott kvantitatív módszertan lehetővé tette a turisztikai élmény mögött meghúzódó rejtett dimenziók azonosítását. A főkomponens-analízis eredményei azt mutatták, hogy a vendéglégedettség nem egydimenziós konstrukció, hanem egymással kölcsönhatásban álló minőségi tényezők összessége. A statisztikai elemzések szerint a szolgáltatásminőséghez kapcsolódó változók (a személyzet szakmai kompetenciája, a működési megbízhatóság és az ár-érték arány) nagyobb magyarázóerővel bírnak a vendéglégedettség alakulásában, mint a természeti és a kulturális adottságok önmagukban. Ez az eredmény empirikusan árnyalja a turisztikai motivációkról alkotott klasszikus megközelítéseket.

A kereskedelmi szálláshelyek elemzése során igazolást nyert, hogy a fejlesztési aktivitás és a szolgáltatásminőség javulása szoros összefüggésben áll a vállalkozások pénzügyi stabilitásával. A fenntarthatósági szempontok alkalmazása nem tekinthető önálló stratégiai választásnak, hanem elsősorban a hosszú távú működőképességhez kapcsolódó racionalitás következménye.

A desztinációmenedzsment szervezetek működésének vizsgálata igazolta, hogy az elemzésben szereplő szervezetek jelenléte és azok aktivitása meghatározó tényező a turisztikai kínálat szervezettsége és piaci láthatósága szempontjából. Azokban a térségekben, amelyekben a TDM szervezetek stratégiai tervezési és koordinációs funkciót látnak el, a szolgáltatók közötti együttműködés stabilabb, a marketingkommunikáció következetesebb, valamint a fejlesztési döntések hosszabb távú célrendszerhez illeszkednek. Ez a megállapítás megerősíti a desztinációmenedzsment központi szerepét hangsúlyozó nemzetközi elméleti irányzatokat.

A kutatás módszertani újdonsága abban ragadható meg, hogy a megbízhatósági vizsgálatokkal alátámasztott faktorstruktúra alkalmas a turisztikai elégedettség mérésének finomítására és standardizálására. A kialakított modell nem csupán a vizsgált térség sajátosságainak feltárását tette lehetővé, hanem olyan elemzési keretet kínál, amely hasonló adottságokkal rendelkező régiók esetében is alkalmazható.

A kutatás során végzett szekunder és primer vizsgálatok eredményei alapján az alábbi jelentősebb, illetve újszerű tudományos eredmények fogalmazhatók meg:

1. A desztinációmenedzsment, a szálláshelyi kínálat és a vendéglégedettség integrált vizsgálata.

Az elemzés egyik alapvető újszerűsége, hogy az erdélyi turizmus vizsgálata integrált szemléletben valósult meg, amely együttesen elemezte:

- a turisztikai desztinációmenedzsment szervezetek működését,
- a kereskedelmi szálláshelyek menedzsment- és fejlesztési gyakorlatát,
- valamint a turisták elégedettségét és döntési mechanizmusait.

A szakirodalomban a fenti területek jellemzően különálló kutatási egységként jelennek meg, míg az értekezés empirikus eredményei rámutattak arra, hogy a turisztikai termék minősége és versenyképessége kizárólag ez a három szereplő együttes és összehangolt működése

révén értelmezhető. Ez a megközelítés különösen releváns Erdély esetében, ahol a turisztikai kínálat szervezettsége és intézményesültsége területenként eltérő képet mutat.

2. A desztinációmenedzsment szervezetek szerepének empirikus feltárása Székelyföldön

A kutatás újszerű eredménye, hogy empirikusan feltárta és rendszerezte a vizsgált három megyében (Hargita, Kovászna és Maros megyék) működő turisztikai desztinációmenedzsment szervezetek tényleges tevékenységi körét. Az eredmények alapján megállapítható, hogy:

- a szervezetek elsődlegesen promóciós és projektkoordinációs feladatokat látnak el,
- a stratégiai tervezés és a szolgáltatók közötti együttműködés erősítése még nem minden esetben valósul meg intézményesült formában,
- a fenntarthatósági szempontok megjelenése inkább deklaratív, mint operatív jellegű.

Az értekezés újszerű hozzájárulása abban áll, hogy nem csupán a szervezetek létezését, hanem azok működési intenzitását és hatásmechanizmusait vizsgálta, ezáltal árnyalt képet adva a desztinációmenedzsment gyakorlati szerepéről az erdélyi turizmusban.

3. A turisták vendéglégedettségének tényezőalapú feltérképezése Erdélyben

A primer kutatás eredményei alapján új és újszerű megállapításként rögzíthető, hogy az Erdélybe érkező turisták elégedettségét nem önmagukban a vonzerők, hanem elsősorban a szolgáltatások minősége, az ár-érték arány és az információk elérhetősége határozza meg. Az elemzések rámutattak arra, hogy:

- a turisták szálláshelyválasztását döntően az online információforrások és értékelések befolyásolják,
- a pozitív vendégélményhez elengedhetetlenek a kiegészítő szolgáltatások és a rugalmas szolgáltatásnyújtás,
- az infrastruktúra és a szolgáltatások minősége közötti diszharmónia csökkenti az összélményt, még kedvező természeti adottságok mellett is.

Az értekezés újszerű eredménye, hogy a vendéglégedettséget nem elszigetelt jelenségként, hanem a desztináció egészének működési minőségeként értelmezi.

4. A kereskedelmi szálláshelyek fejlesztési gyakorlatának és versenyképességének összefüggései

A kutatás egyik jelentős eredménye, hogy empirikusan igazolta: a kereskedelmi szálláshelyek versenyképessége szoros kapcsolatban áll a szolgáltatások folyamatos fejlesztésével, a humán erőforrás minőségével és a fenntarthatósági szempontok gyakorlati alkalmazásával. A vizsgálatok alapján megállapítható, hogy:

- a fejlesztések jellemzően infrastrukturális jellegűek, míg a szolgáltatásinnováció háttérbe szorul,
- a fenntarthatósági intézkedések elsősorban költségcsökkentési céllal jelennek meg,
- a hosszú távú stratégiai szemlélet hiánya korlátozza a fejlesztések hatékonyságát.

Az értekezés újszerű hozzájárulása, hogy a szálláshelyek fejlesztési döntéseit összekapcsolja a turisták elvárásaival, és rávilágít arra, hogy a piaci sikeresség nem kizárólag beruházási volumen, hanem alkalmazkodóképesség kérdése is, amelyet célszerű hosszú távon hasznosítani a vendégforgalom serkentése érdekében.

5. A fenntarthatóság gyakorlati megjelenésének korlátjai az erdélyi turizmusban

A szakirodalom hangsúlyozza a fenntarthatóság jelentőségét a turizmusban, azonban az értekezés empirikus eredményei alapján megállapítható, hogy Erdélyben a fenntarthatóság gyakorlati megvalósítása széttagolt és esetleges. Újszerű eredményként rögzíthető, hogy:

- a környezeti fenntarthatóság elemei gyakrabban jelennek meg, mint a társadalmi fenntarthatóság szempontjai,
- a helyi lakosság bevonása és a partnerségi kapcsolatok erősítése még nem általános gyakorlat,
- a fenntarthatóság, mint versenyelőny csak korlátozott mértékben kerül felismerésre.

Az értekezés ezzel hozzájárul a fenntartható turizmus elméletének gyakorlati értelmezéséhez egy átmeneti fejlődési fázisban lévő térség példáján keresztül.

5. AZ EREDMÉNYEK GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA

A kutatás eredményei rávilágítanak arra, hogy az erdélyi turizmus fejlesztése komplex, több szereplőt érintő folyamat, amelyhez a turisztikai desztináció menedzsment szervezetek, a kereskedelmi szálláshelyek és a turisták igényeinek összehangolása elengedhetetlen. A vizsgálatból kiderült, hogy a szolgáltatások bővítése és minőségének javítása szoros kapcsolatban áll a vendégelégedettséggel és a desztinációk versenyképességével. Ez az eredmény gyakorlati szempontból azt jelzi, hogy a szálláshelyek és turisztikai szolgáltatók számára érdemes a minőségfejlesztésre, a humánerőforrás képzésére és új szolgáltatások bevezetésére fókuszálni.

A fenntarthatósági intézkedések, mint például az energiahatékonyság, a környezetbarát fejlesztések és a helyi közösségek bevonása versenyelőnyt biztosíthatnak, ugyanakkor gyakorlati megvalósításuk korlátozott lehet a szezonális, a munkaerőhiány és a finanszírozási nehézségek miatt. Ebből következik, hogy a desztinációk hosszú távú fejlődése érdekében fontos a többszintű, stabil finanszírozási források kialakítása, amely magában foglalja a kormányzati támogatásokat, a pályázati lehetőségeket és a helyi bevételek fenntartható felhasználását.

A turisták döntéseit elsősorban a szolgáltatások minősége, az ár-érték arány és az online információk megbízhatósága befolyásolja. Ennek gyakorlati következménye az, hogy a turisztikai szereplők számára elengedhetetlen a digitális jelenlét erősítése, az online foglalási rendszerek és a vendégértékelések hatékony kezelése, valamint a piaci trendekhez való folyamatos alkalmazkodás.

A kutatás rávilágított arra is, hogy a beruházások és fejlesztések sikere szorosan összefügg a turisták igényeinek figyelembevételével. A jövőbeni fejlesztések során érdemes a vendégközpontú szolgáltatások, a fenntartható megoldások és a digitalizációs eszközök integrálására fókuszálni, hiszen ezek együttes alkalmazása hozzájárulhat a vendégforgalom növekedéséhez és a régió turisztikai versenyképességének fenntartható javításához.

6. SZAKIRODALMI JEGYZÉK

1. Agrádi, I. – Bayramov, E. (2022): Utazási szándékot befolyásoló tényezők konfliktusövezetekben található desztinációkban – Törökország példája. *Turizmus Bulletin* 22(2): 4–13. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n2.1>
2. Aleksandrova, O. – Nenakhova, Y. (2019): Accessibility of Assistive Technologies as a Factor in the Successful Realization of the Labor Potential of Persons with Disabilities: Russia's Experience. *Societies* 9 13. <https://doi.org/10.3390/soc9040070>
3. Cajiao, D. – Leung, Y.-F. – Larson, L. R. – Tejedó, P. – Benayas, J. (2022): Tourists' motivations, learning, and trip satisfaction facilitate pro-environmental outcomes of the Antarctic tourist experience. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* 37. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100454>
4. Czuczor, K. – Kozma, G. – Radics, Z. (2023): The territorial development strategies and implemented cross border cooperation projects in Bihor County. An assessment of the 2007-2013 and 2014-2020 programming periods and exploitation of the EU funds from the point of view of tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites* 48(2): 798–809. <https://doi.org/10.30892/gtg.482spl14-1080>
5. Filliplak, B. Z. – Dylewsky, M. – Kallonwski, M. (2023): Economic development trends in the EU tourism industry. Towards the digitalization process and sustainability. *Quality & Quantity* 57 321–346. <https://doi.org/10.1007/s11135-020-01056-9>
6. Firoiu, D. – Ionescu, G. – Badircea, R. – Vochita, L. – Enescu, M. (2019): Sustainable Development of Mountain Hotels through the Implementation of International Management Standards: The Romanian Case. *Sustainability* 11(22): 19. <https://doi.org/10.3390/su11226487>
7. Hasan, A. A.-T. – Biswas, C. – Roy, M. – Akter, S. – Kuri, B. C. (2020): THE APPLICABILITY OF THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR TO PREDICT DOMESTIC TOURIST BEHAVIOURAL INTENTION: THE CASE OF BANGLADESH. *GeoJournal of Tourism and Geosites* 31(3): 1019. <https://doi.org/10.30892/gtg.31313-536>
8. Hernandez-Rojas, R. D. – Folgado-Fernandez, J. A. – Palos-Sanchez, P. R. (2021): Influence of the restaurant brand and gastronomy on tourist loyalty. A study in Córdoba (Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science* 23. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100305>

9. Horváth, A. (2013) A turisztikai desztináció-menedzsment szükségessége és feltételei Hargita megyében. *A velünk élő tudomány-Magyar Tudomány Ünnepe 2013*. 76–95. (o. 76–95).
10. Horváth, G. – Joór, J. (2022): E-WOM az online fogyasztási felületeken, avagy az online utazási irodák vendégértékelési rendszereinek összehasonlítható elemzése. *Turizmus Bulletin* 22(1): 4–12. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n1.1>
11. Jang, S. – Tang, C.-H. – Chen, M.-H. (2008): Financing behaviors of hotel companies. *International Journal of Hospitality Management* 27(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.08.010>
12. Kaszás, N. – Keller, K. (2022) A nemzeti turisztikai desztináció menedzsment szervezetek válságkommunikációja a koronavírus-járvány előtt és alatt. In Michalkó, G. – Németh, J. – Birkner, Z. (szerk.): *Turizmusbiztonság, járvány, geopolitika*. Budapest: Zoltán Alkalmazott Kutatási Közhasznú Nonprofit Kft, (o. 37–52).
13. Le, H. B. H. – Le, T. B. (2020): Impact of Destination Image and Satisfaction on Tourist Loyalty: Mountain Destinations in Thanh Hoa Province, Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7(4): 185. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no4.185>
14. Lim, W. M. – Mohamed Jasim, K. – Das, M. (2023): Augmented and virtual reality in hotels: Impact on tourist satisfaction and intention to stay and return. *International Journal of Hospitality Management* 116. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103631>
15. Lőke, Z. (2019): A minőség-elégedettség-lojalitás mérésének módszerei és tapasztalatai egy hazai gyógyfürdőben. *Turizmus Bulletin* 19(2): 15–23. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2019v19n2.2>
16. Marton, Z. – Birkner, Z. – Keller, K. – Rodek, N. (2018): A turizmusbiztonságban rejlő marketing és menedzsment implikációk. *Turizmus Bulletin* 18(2): 12–20. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2018v18n2.2>
17. Nicula, V. – Spânu, S. – Neagu, R. E. (2013): Regional Tourism Development in Romania – Consistency with Policies and Strategies Developed at EU Level. *Procedia Economics and Finance* 6 530. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(13\)00171-8](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(13)00171-8)
18. Oncioiu, I. – Anton, E. – Ifrim, A. M. – Mândricel, D. A. (2022): The Influence of Social Networks on the Digital Recruitment of Human Resources: An Empirical Study in the Tourism Sector. *Sustainability* 14(6): 14. <https://doi.org/10.3390/su14063693>
19. Özcan, E. – Topcu, G. Z. – Arasli, H. (2021): Determinants of Travel Participation and Experiences of Wheelchair Users Traveling to the Bodrum Region: A Qualitative Study.

- International Journal of Environmental Research and Public Health* 18(5): 27.
<https://doi.org/10.3390/ijerph18052218>
20. Pachucki, C. – Grohs, R. – Scholl-Grisseemann, U. (2022): Is nothing like before? COVID-19-evoked changes to tourism destination social media communication. *Journal of Destination Marketing & Management* 23 10. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100692>
 21. Pavone, P. – Migliaccio, G. – Simonetti, B. (2021): Investigating financial statements in hospitality: a quantitative approach. *Quality & Quantity* 57 5383–5407.
<https://doi.org/10.1007/s11135-020-01086-3>
 22. Sesotyaningtyas, M. – Manaf, A. (2015): Analysis of Sustainable Tourism Village Development at Kutoharjo Village, Kendal Regency of Central Java. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 184 273. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.05.091>
 23. Shang, Y. – Zhu, L. – Qian, F. – Xie, Y. (2023): Role of green finance in renewable energy development in the tourism sector. *Renewable Energy* 206 890.
<https://doi.org/10.1016/j.renene.2023.02.124>
 24. Su, D. N. – Nguyen, N. A. N. – Nguyen, Q. N. T. – Tran, T. P. (2020): The link between travel motivation and satisfaction towards a heritage destination: The role of visitor engagement, visitor experience and heritage destination image. *Tourism Management Perspectives* 34. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100634>
 25. Tam – Le Duc – Tuu – Ho Huy – Cong – Le Chi (2024): The Effect of Social Media Marketing on Tourist Loyalty: a Mediation - Moderation Analysis in the Tourism Sector under the Stimulus-Organism-Response Model. *Journal of tourism and services* 15(29): 294–319. <https://doi.org/10.29036/jots.v15i29.914>
 26. Xu, H. – Cheung, L. T. O. – Lovett, J. – Duan, X. – Pei, Q. – Liang, D. (2021): Understanding the influence of user-generated content on tourist loyalty behavior in a cultural World Heritage Site. *Tourism Recreation Research* 48(3): 1–15.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1913022>
 27. Zulvianti, N. – Aimon, H. – Abror, A. (2023): Perceived Environmental Value, Destination Image, and Tourist Loyalty: The Role of Tourist Satisfaction and Religiosity. *Sustainability* 15(10):. <https://doi.org/10.3390/su15108038>



Nyilvántartási szám: DEENK/467/2026.PL
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Gergely Norbert

Doktori Iskola: Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

MTMT azonosító: 10085787

A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

Folyóiratcikkek, tanulmányok (7)

1. **Gergely, N.:** Élményből lojalítás, avagy mitől válik elégedetté a turista?
Acta Carolus Robertus. [közlésre elfogadva], 1-15, 2026. ISSN: 2062-8269.
2. Nagy, B., **Gergely, N.**, Székely, E.: Study on hotel infrastructure accessibility in Romania = Studija o pristupačnosti hotelske infrastrukture u Rumunjskoj.
Acta turistica. 37 (Spec.), 9-33, 2025. ISSN: 0353-4316.
DOI: <https://doi.org/10.22598/at/2023.37.SI.9>
IF: 0.4
3. Csapó, J., Bálint, B., Bálint, G., Čavlek, N., Csóka, L., **Gergely, N.**, Gonda, T., György, O., Halik, L., Kassay, J., Krajnović, V., Nagy, B., Raffay, Z., Siwek, A., Sowa, P., Zajadacz, A.: Teoria Și Practica Turismului Accesibil În Europa Centrală: implicații ale unui proiect internațional de cooperare. Editura Scientia, Cluj-Napoca, 253 p., 2025. ISBN: 9786069750995
4. **Gergely, N.:** A turizmus iparágában végbemenő humánerőforrás átszerveződés az elmúlt évek távlatából, Erdély vonatkozásában.
Economica. 15 (1-2), 1-8, 2024. ISSN: 1585-6216.
DOI: <https://doi.org/10.47282/economica/2024/15/1-2/13487>
5. **Gergely, N.:** Review of the pandemic period, reorganization of the Szeklerland's tourism offer.
Oradea Journal of Business and Economics. 9 (2), 95-105, 2024. ISSN: 2501-1596.
DOI: <http://dx.doi.org/10.47535/1991ojbe199>
6. Csapó, J., Bálint, B., Bálint, G., Čavlek, N., Csóka, L., **Gergely, N.**, Gonda, T., György, O., Halik, L., Kassay, J., Krajnović, V., Nagy, B., Raffay, Z., Siwek, A., Sowa, P., Zajadacz, A.: The theory and practice of accessible tourism in Central Europe: implications from an international project co- operation. University of Pécs, Faculty of Business and Economics, Pécs, 233 p., 2024. ISBN: 9789636263416





7. Takács, P., Móré, M., Mara, G., Martignago, F., Lázár, E., Miklóssy, I., Vámosi, G., Lácay, M., Szakál, Z., Kristóf, Z., Varga, L., Nagy, B., Paulikné Varga, B., Helmeczi, G., Tóth, K., Bálint, G., **Gergely, N.**, Székely, L., Bálint, E., Bandiziol, B., Horváth, A., Gurzó, A., Lövei-Kalmár, K., Orosz, E. K., Varga, S. Z.: The impact of the Covid pandemic on tourism: Measuring social, cultural, economical background Examining data from three countries: Hungary - Romania/Transylvania - Italy. Debreceni Egyetem Egészségtudományi Kar, Debrecen, Nyíregyháza, 38 p., 2023. ISBN: 9789634906063

További közlemények

Folyóiratcikkek, tanulmányok (1)

8. Bíró, B. E., **Gergely, N.**: A lakáspiaci befektetések vizsgálata erdélyi kitekintéssel.
In: Csíki Közgáz: 20 éves a közgazdasági oktatás a csíkszeredai Sapientian / (szerk.) Nagy Benedek; Bíró Báborka Eszter; Csata Andrea; Fejér-Király Gergely; Kassay János; Nagy Szeréna, Mark House, Gyergyószentmiklós, 91-114, 2023. ISBN: 9786306533022

A közlő folyóiratok összesített impakt faktora: 0,4

**A közlő folyóiratok összesített impakt faktora (az értekezés alapjául szolgáló közleményekre):
0,4**

A DEENK a Jelölt által a Tudóstérbe feltöltött adatok bibliográfiai és tudományometriai ellenőrzését a tudományos adatbázisok és a Journal Citation Reports Impact Factor lista alapján elvégezte.

Debrecen, 2026.07.02.

