

Bács-Kiskun megye szolgáltatói ágazatának kérdőíves felmérése

Elemzés

Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat

Kecskemét, 2020. május 21.

A Bács-Kiskun megyei szolgáltatóknak szóló kérdőív kielemezése

A Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat azzal a céllal készített felmérést, hogy megtudja a COVID-19 milyen hatással van a megyei turisztikai szektor szolgáltatóira és felmérje azt, hogy a turizmus újraindításához, illetve előkészülve a 2021-2027-es uniós ciklusra, milyen támogatásra van szüksége az ágazat vállalkozóinak és terveznek-e fejlesztéseket.

A felmérés fő vonalát az a hipotézis adja, hogy a járványhelyzet jelentősen visszavetette a megyei turisztikai ágazat szereplőinek fejlődését és forgalmát. Sok esetben a túlélésért küzdenek, a fennmaradásuk forog kockán. Esetükben az alkalmazkodó képesség megerősítése kiemelten szükséges lehet jelen helyzetben, illetve azért is, hogy a jövőben egy hasonló helyzetre felkészültebben reagálhassanak.

A felmérés előtt azt feltételeztük, hogy a szolgáltatók nyitottak az újra és az együttműködésre, valamint terveznek fejlesztéseket. A Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat célja az, hogy jelen kérdőív kiértékelését követően tiszta képet alkothasson arról, hogy milyen színtereken milyen segítségnyújtásra van szüksége a turisztikai szereplőknek, illetve azt, hogy maga az Önkormányzat milyen lehetőségeket tudna megteremteni számukra.

A kérdőív elindítása előtti hipotézis szerint a turisztikai szolgáltatóknak a következő támogatásra van szüksége:

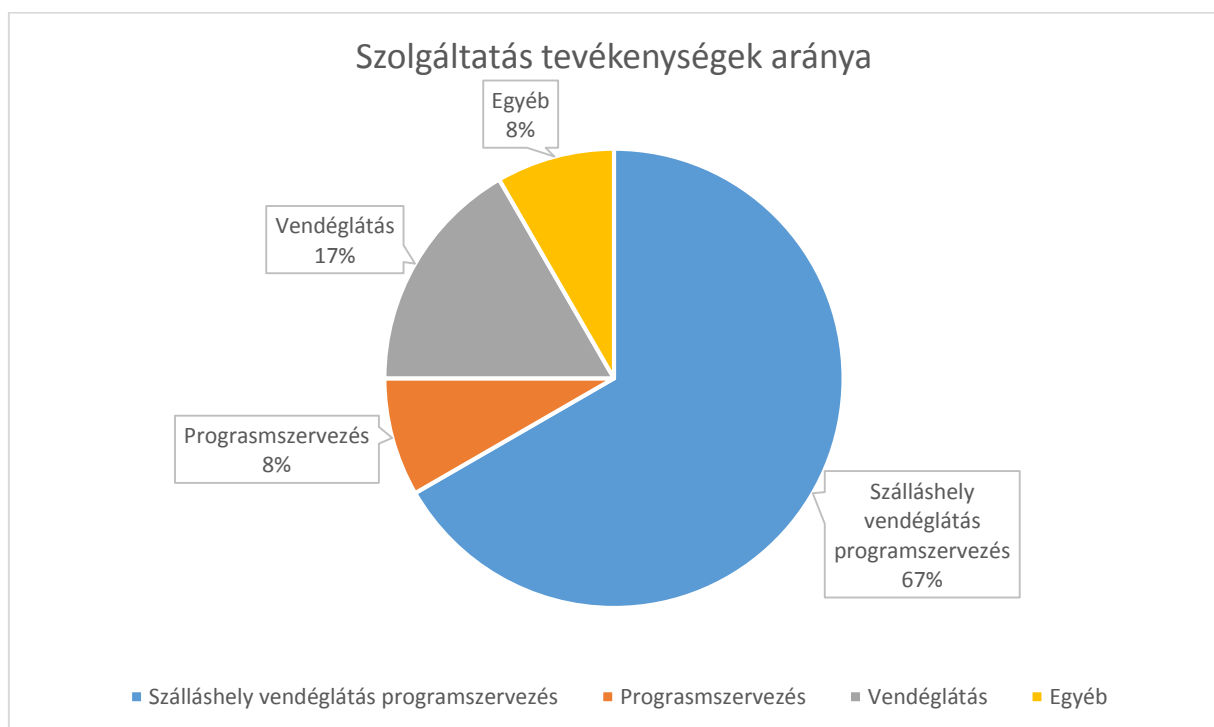
- szakmai újdonságok, trendek, hírek közvetítése online periodikával és konferenciák alkalmával,
- képzések és továbbképzések kialakítása, kiemelt tekintettel az terén az e-learning képzésekre és a tanulmányutakra,
- egyéb szakmai együttműködések kialakítása.
- utazóközönséget célzó negyedéves magazinok, programajánlók összeállítása,
- közös marketingkampányok lefolytatása,
- segítségnyújtás nyomtatott anyagok szerkesztésében és gyártásában, kedvezménykártyák kibocsátásában, termékcsomagok, és esetleg egy közös brand kialakításában,
- projektgenerálás, forrásfigyelés, pályázatírás, projektmenedzsment feladatok ellátása,
- marketingtevékenységek (webfejlesztés, szövegírás, közösségi médiatartalom-gyártás, teljes arculattervezés és marketingkampány).

A Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat az egészségturizmust szánja turisztikai zászlóshajójának. Amennyiben ez a közös nevező egy irányba tudná terelni a szereplőket, az újbóli piacralépés hatékonyabb lehetne.

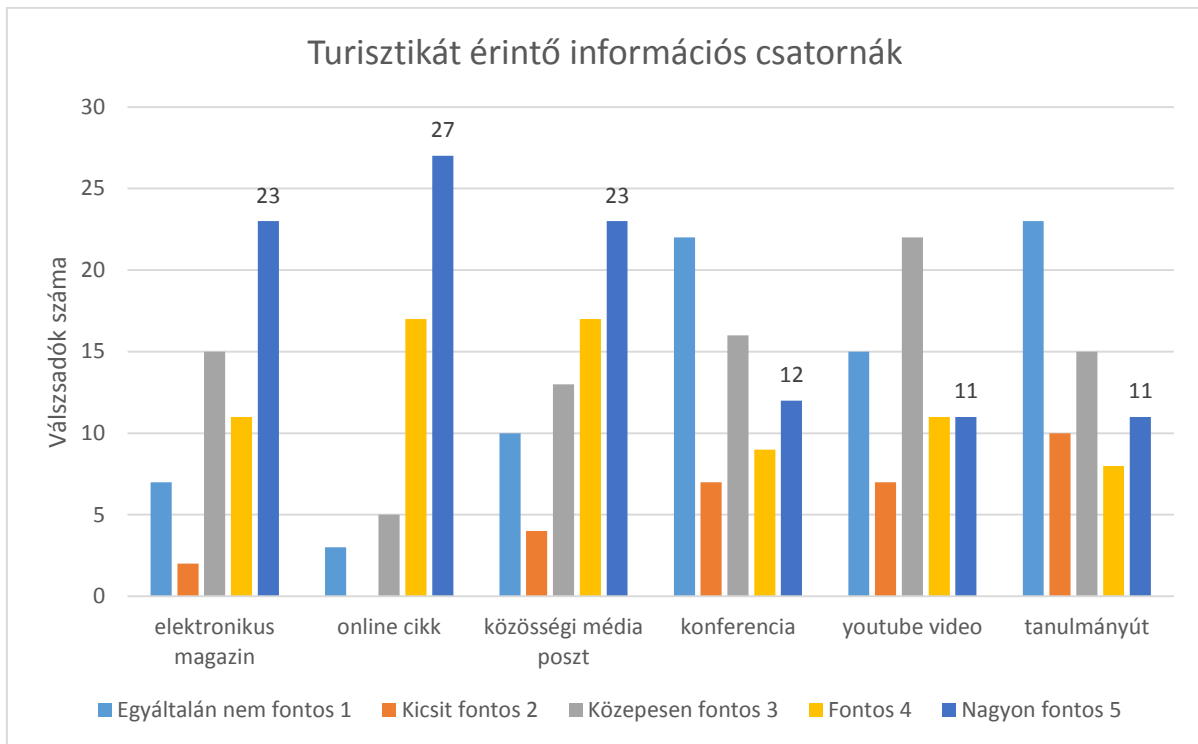
A felmérés kérdőíves formában történt és a Bács-Kiskun megyében működő szolgáltatókat célozta meg.

A beérkezett válaszok kielemezéséből kiderül, hogy az összválaszadók 84,5 százaléka tevékenykedik a turizmus ágazatában és a válaszadók 94,4 százaléka rendelkezik Bács-Kiskun megyei székhellyel. Válaszadók alatt a továbbiakban a csak Bács-Kiskun megyében működő és székhellyel rendelkező szolgáltatókat értjük.

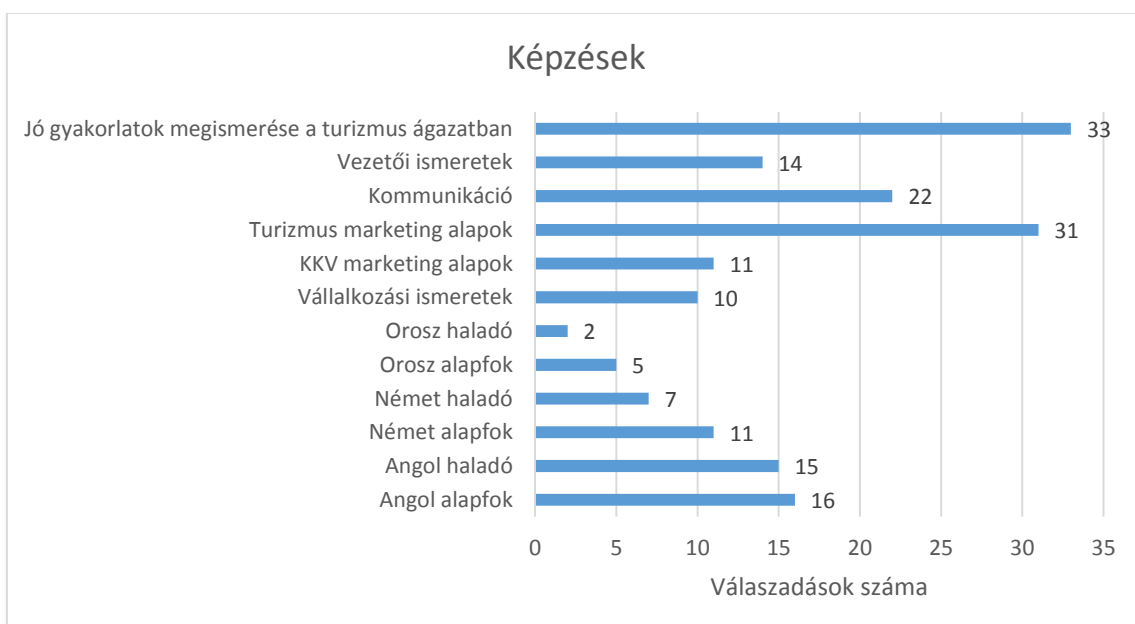
A válaszadók több, mint fele jelölte meg a szálláshely szolgáltatást, míg a vendéglátást és programszervezést pedig közel egyenlő arányban adták meg mint fő tevékenységet.

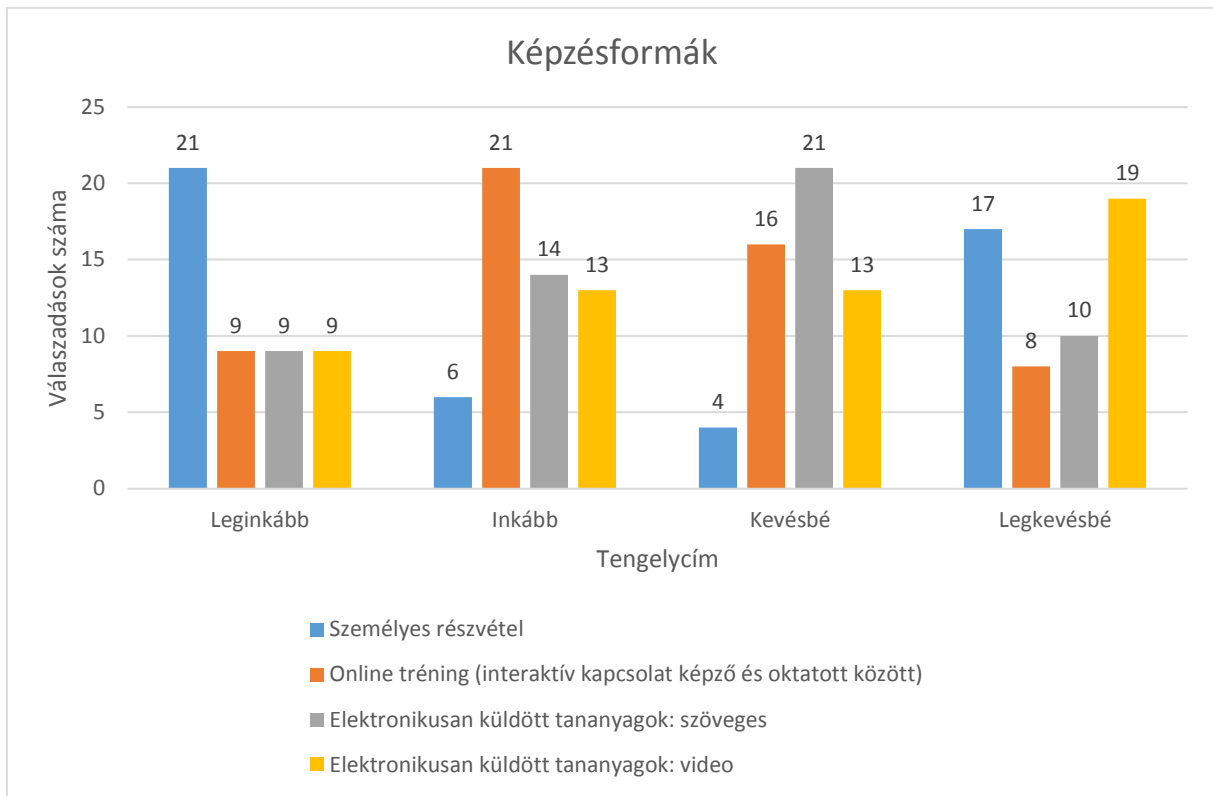


A válaszadók 90 százaléka tartja fontosnak azt, hogy információkat kapjon a turizmus ágazatot érintő témákról. Arra a kérdésre, hogy milyen csatornán értesülnének a legjobban a válaszadók az elektronikus platformokon elérhető cikkeket, magazinokat és közösségi posztokat tartják a leghasznosabbnak, míg a tanulmányutakat, konferenciákat és YouTube videókat közepesen fontosnak. Ezzel egyenesen arányosan látszik, hogy a nem online térben zajló konferenciákat, tanulmányutakat a válaszadók több mint 20 százaléka találta teljesen feleslegesnek.

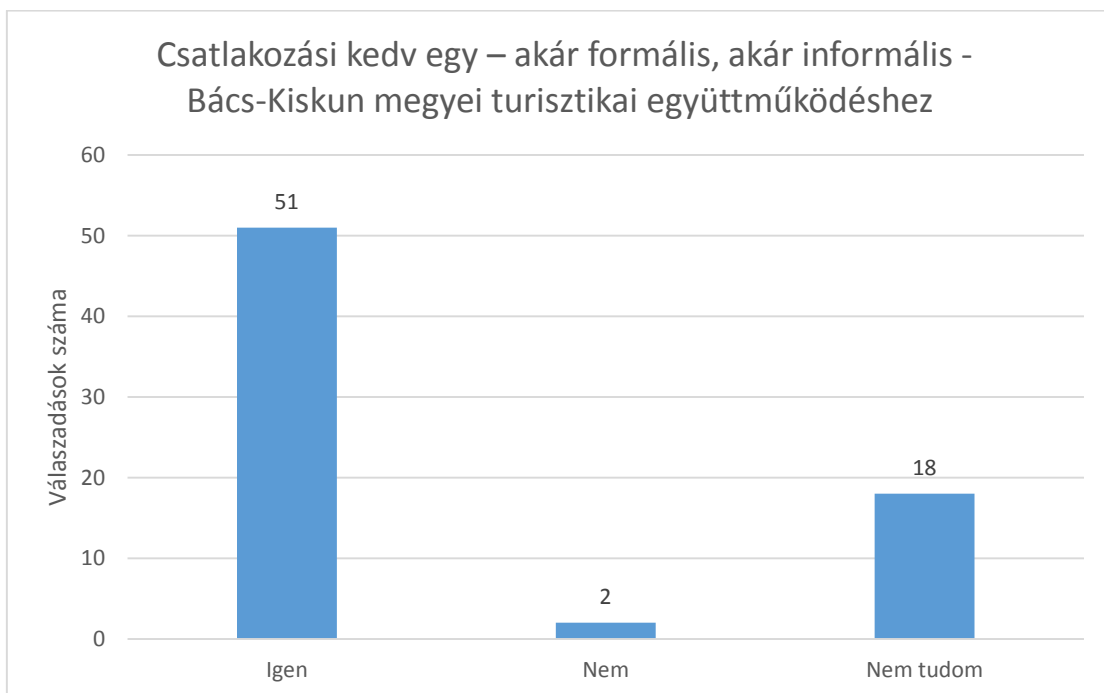


A válaszadók 77 százaléka tartja fontosnak a saját és/vagy kollégái képzését. Elsősorban szakmai képzésekben gondolkodnak, mint a turizmusmarketing, vezetői ismeretek és a kommunikációs továbbképzések. Másodsorban az angol, német és orosz alap- vagy haladó szintű nyelvtanítást részesítik előnyben. A válaszadók hasonló arányban részesítették a személyes részvétellel zajló képzéseket hasznosnak és legkevésbé hasznosnak. Az online tréningeket, ahol van interakció és az elektronikusan kiküldött szöveges tananyagot a beküldők egyenlő arányban találták közepesen hasznosnak.

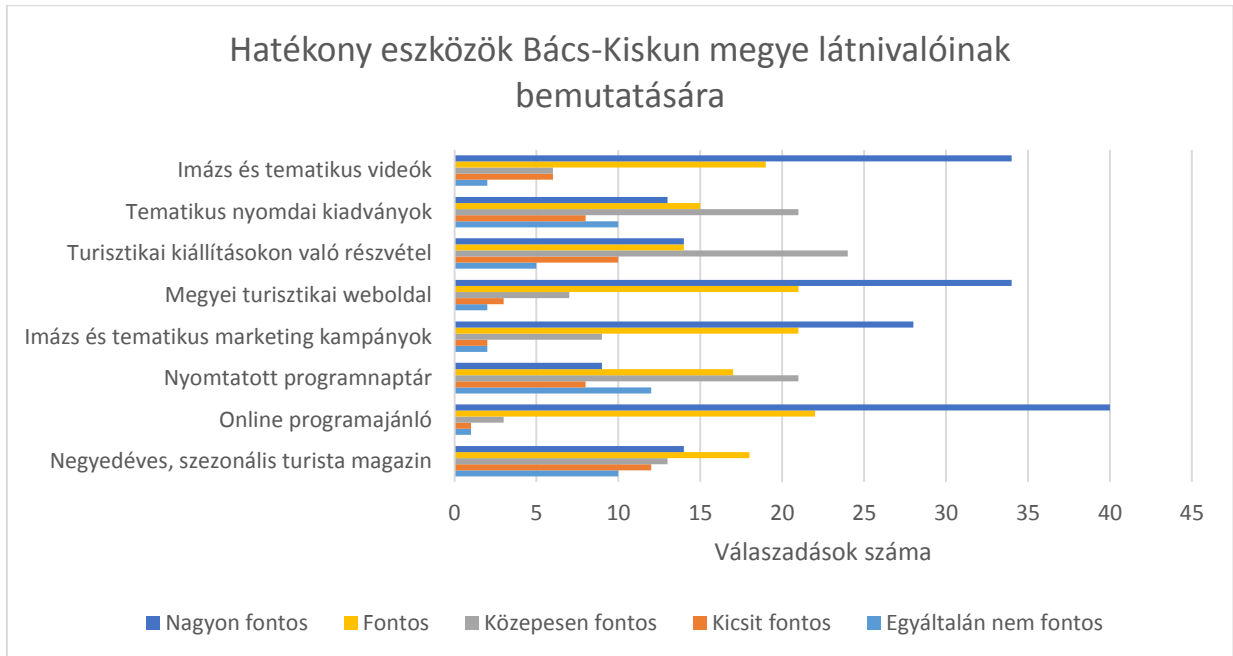




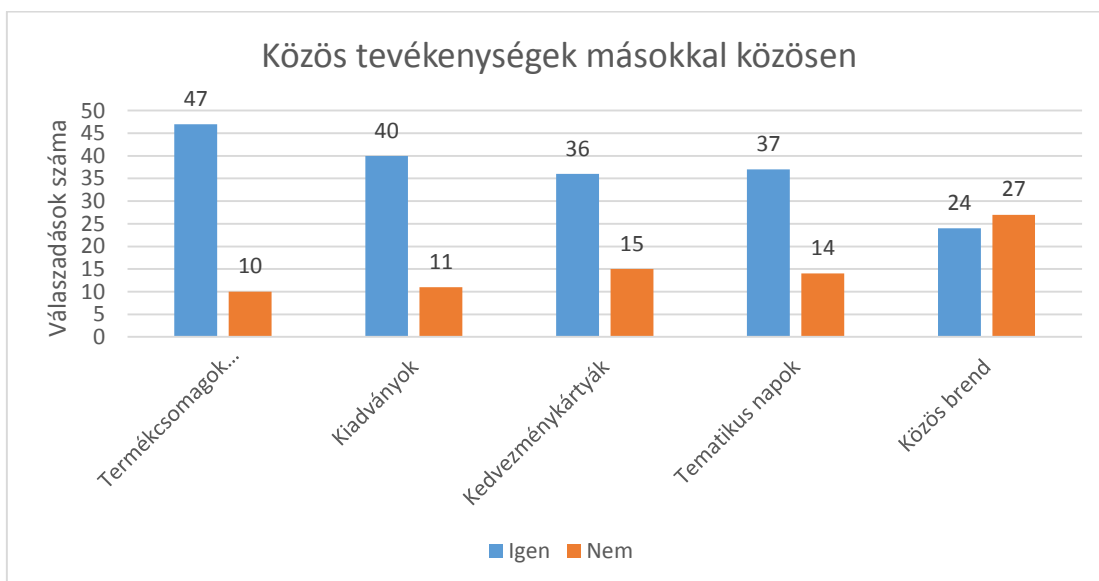
Több mint 88 százalékuk tartja fontosnak, hogy más, a turisztikai szektorban tevékenykedő szereplővel kapcsolatot építsen ki. Kiderült az is, hogy a válaszadók több mint fele nem tagja semmilyen turisztikai szervezetnek, egyesületnek, klaszternek, viszont a válaszadók majd háromnegyede hasznosnak tartaná, ha csatlakozhatna egy Bács-Kiskun megyei turisztikai együttműködéshez.



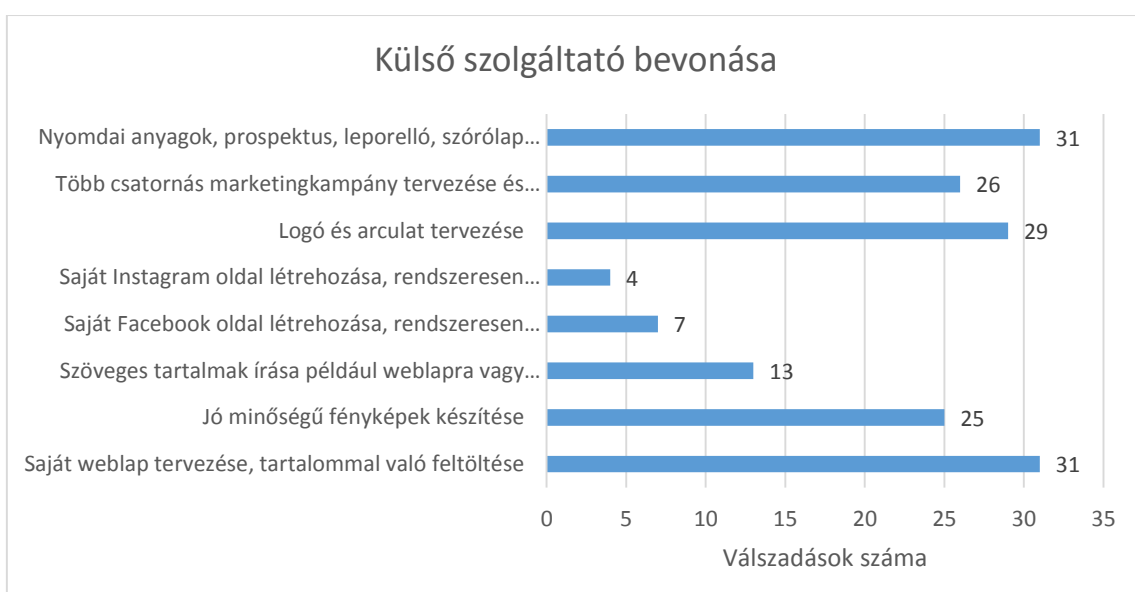
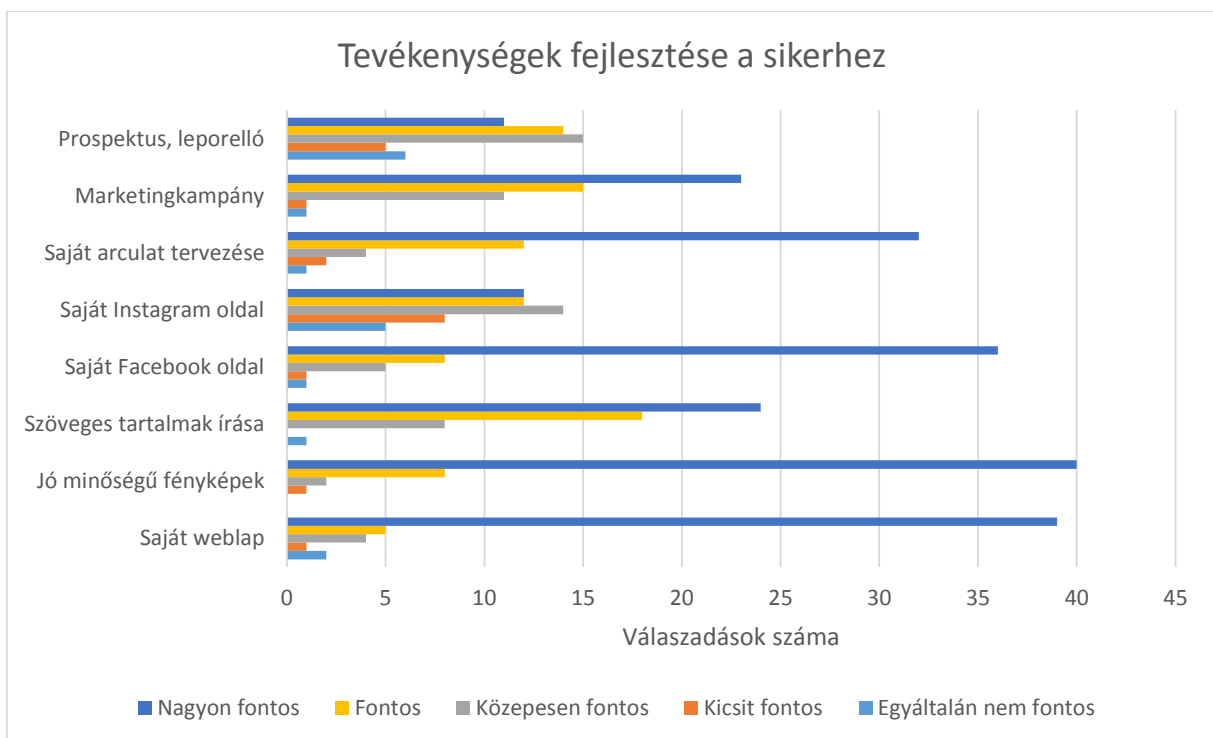
A válaszadók egyértelműen fontosnak tartják bemutatni Bács-Kiskun megye látnivalóit, turisztikai attrakcióit. Erre az online felületeken található, megyei turisztikai weboldalt, online programajánlókat, tematikus imázsfilmeket és a turisztikai kiállításokon való megjelenést tartják a legeredményesebbnek és kevésbé a nyomtatott kiadványokat.



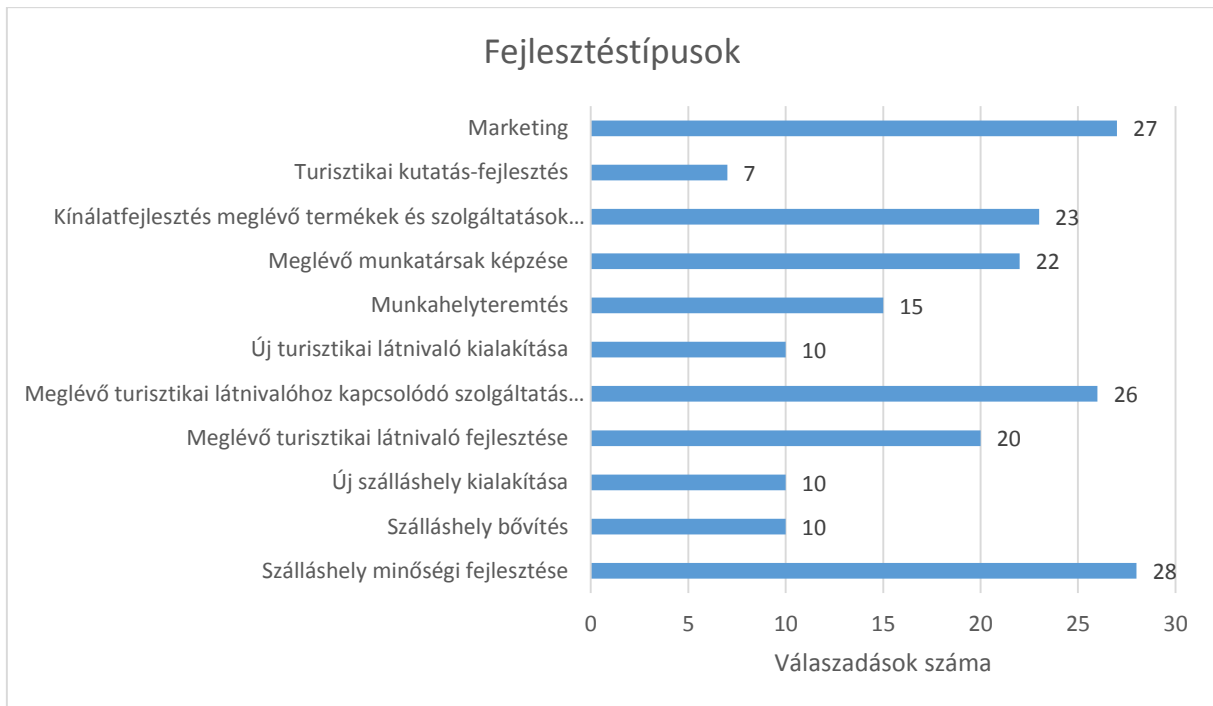
A válaszadók majd háromnegyede kínálna szolgáltatásait más résztvevőkkel együtt egy ernyőszerkezet keretein belül, amit a Bács-Kiskun megyei önkormányzat fog össze. Ilyen közös tevékenység például a kiállításokon való megjelenés, közös szereplés kiadványokban, termécsomagok kialakításában és kedvezménykártyák elfogadásában is szívesen csatlakoznának más szolgáltatóhoz.



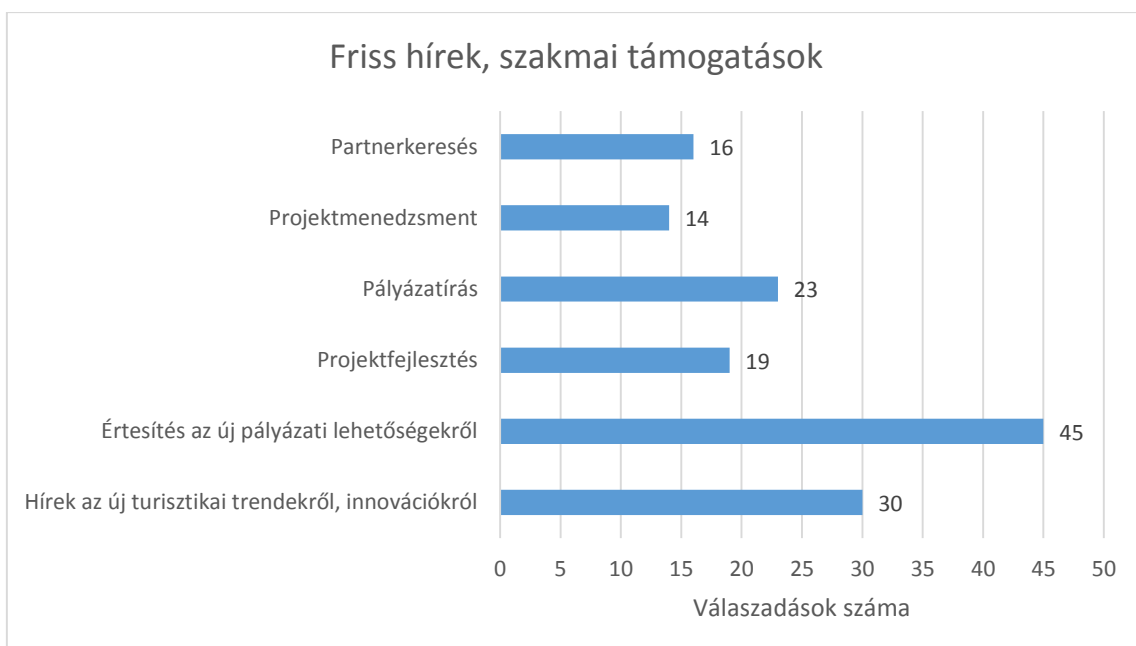
A szolgáltatók egyöntetűen fontosnak tartják azt, hogy aktív marketinget kell folytatni azért, hogy piacképesek legyenek. Ehhez szükségét érzik, hogy a saját weblapjaikat, social média oldalakat fejlesszék és naprakészen tartsák. Ehhez külső vállalkozásokat is bevonnának akik szövegírással, marketing kampányokkal, arculati tervezéssel és jó minőségű fotózással segítenék a vállalkozásokat. A válaszadók közel fele havi szinten 25 000 forintot költene erre, míg körülbelül a negyedük 25 000 – 50 000 forintnyi összeget szánna marketingre. Kevés arányban jelöltek havi 100 000 forintos nagyságrendet. Volt olyan válaszadó, aki a jelen helyzetben nem is látja értelmét összeget fektetni az önreklámba.



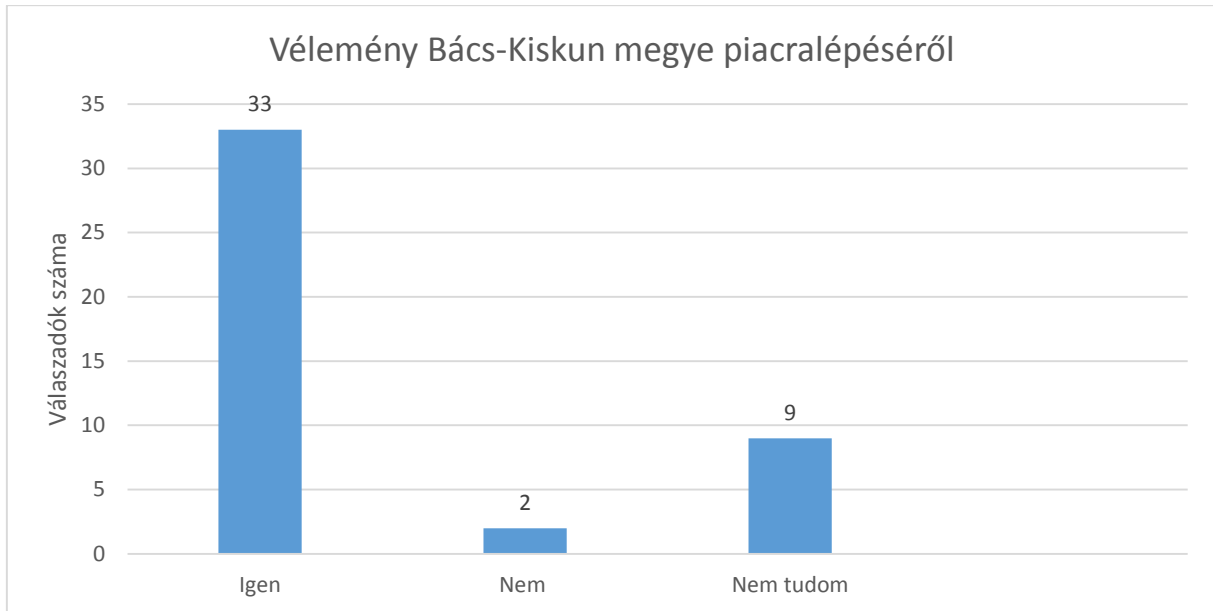
A felmérésből az is kiderül, hogy a vállalkozási és fejlesztési kedv nem lankadt a vírus hatására sem. A válaszadók közel háromnegyede fogna fejlesztésbe az elkövetkezendő 2-3 évben. Leginkább szálláshelyet és turisztikai attrakciókat, és a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatások fejlesztésébe investálnának., de fontosnak tartják a kollégák és saját maguk továbbképzését is.



A fejlesztésekhez viszont elengedhetetlen a tájékozódás, így mindenképpen fontos, hogy releváns információkat és naprakész híreket kapjanak a pályázatokról, projektfejlesztési lehetőségekről és a turisztikai történésekről, legfrissebb trendekről.



A COVID-19 járvány a szolgáltatók 60 százalékánál jelent becslésük szerint 25-75 százalék bevételekiesést. De a bevételekiesés sem vette el a vállalkozási kedvet. A válaszadók közel háromnegyede úgy véli, hogy megfelelő tervezéssel és szervezéssel piacképes lehet Bács-Kiskun megye turisztikája.



A Bács-Kiskun megyei önkormányzat kitűzött célja volt, hogy Bács-Kiskun megye turisztikáját az egészség jegyében fejlessze tovább. Az önkormányzat munkatársai azon dolgoznak, hogy a most megismert igényeket figyelembe véve, hatékony turisztikai stratégiát és fejlesztési tervet dolgozzanak az elkövetkezendő időszakra.

