

Tanulmány: az AI rendszerek hatása a budapesti turisták étteremválasztási döntéseire (2026)

LINKED IN - Guests Are Increasingly Asking Instead of Searching

Executive Summary

Kérdés – A tanulmány célja megérteni, hogy 2026-ban milyen mértékben befolyásolják a generatív AI-rendszerek (pl. ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude, Copilot, Google AI Overviews) a Budapestre érkező turisták étteremválasztását, és hogyan változhat ez a következő 12 hónapban. Nem általános AI-összefoglalót készítettünk, hanem a budapesti vendéglátás üzleti kilátásait vizsgáljuk.

Megállapítások

- **AI-használat a turizmusbán (tény)** – A McKinsey 2026-os felmérése szerint a generatív AI-t használó utazók 54 %-a általános kutatásra használja a rendszereket, 43 %-uk pedig konkrét „travel inspiration” és „local food recommendations” célra¹. Ez rávilágít arra, hogy a helyi étterem- és ételajánlások már most a legnépszerűbb AI-használati módok közé tartoznak.
- **Étterem felfedezése (tény)** – A SevenRooms és DoorDash közös 2026-os jelentése szerint **22 %** a fogyasztók közül AI-t használ új étterem felfedezésére, és az AI-ajánlások **41 %-a** listing-platformokból (pl. DoorDash, TripAdvisor) származik². A jelentés ugyanitt rámutat, hogy 74 % a vendégek közül nyitott lenne AI-alapú foglalási rendszerek használatára².
- **Amerikai trendek (tény)** – A OpenTable 2026-os fogyasztói kutatása azt találta, hogy **44 %** az amerikai fogyasztók közül több AI-t kíván használni étterem felfedezésére és foglalásokra 2026-ban³. Ez az adat fontos, mert az Egyesült Államok a budapesti vendégkör egyik növekvő piaca.
- **Brit trendek (tény)** – A MMGY Travel Intelligence 2026-os *Portrait of European Travellers* felmérése szerint a brit utazók **52 %-a** használ AI-t utazástervezésre, szemben a 2025-ös 40 %-kal; ChatGPT a legnépszerűbb platform (35 %) ⁴ ⁵. Ez a legerősebb növekedés az európai piacok között.
- **Nemzetközi összehasonlítás (tény)** – A Global Rescue 2025-ös kutatása szerint globálisan csak **24 %** a turisták közül használt AI-t az utazástervezés során, de a fiatalok (35 év alattiak) körében ez **40 %**, míg az 55 év felettiéknél csak **20 %**⁶. A felmérés azt is megállapította, hogy az AI-t használók 89 %-a újra használni fogja a technológiát⁷, és hogy a generatív AI-felhasználások közül a **37 %** étterem-ajánlásra irányul⁸.
- **Budapesti turizmus (tény)** – Magyarország 2025-ben rekordévet zárt: több mint 20 millió vendég szállt meg az országban, ebből Budapest **8,1 millió vendéget** fogadott, akik **18,5 millió vendégéjszakát** tölthettek el⁹. A legtöbb külföldi látogató Németországból, Romániából, Lengyelországból, az Egyesült Királyságból és Csehországból érkezett¹⁰. A vendégek száma 13 %-kal nőtt 2024-hez képest¹¹.
- **Becslés a budapesti AI-hatásról** – 2025-ben a budapesti turisták 8–13 %-ának étteremválasztását befolyásolhatta AI-ajánlás (becslés). 2026-ban ez az arány a trendek alapján **12–22 %** közé nőhetett (becslés). A növekedés mögött a generatív AI-t használók arányának gyors emelkedése, a mobil-/chatbot-integrációk, és a listázó platformok (DoorDash, TripAdvisor, Google Maps) AI-funkcióinak terjedése áll.

Következtetés – Az AI már 2026-ban is érzékelhetően befolyásolja a budapesti vendégek étteremválasztását. A hatás nem tömeges, de gyorsan nő, és a következő évben a piac akár a turisták

30 %-áig terjedhet. Az éttermek számára most dől el, hogy megjelennek-e az AI-ajánlásokban vagy eltűnnek a keresztszetszből. Az AI-láthatóság (AI visibility) versenytényező: aki nincs jelen, az a turista számára gyakorlatilag nem létezik.

1. Bevezetés és módszertan

A generatív AI rendszerek 2024–2026 között robbanásszerű fejlődésen mentek keresztül. A ChatGPT-hez hasonló nyelvi modellek, a Google AI Overviews és a TripAdvisor AI Trip Planner lehetővé teszik, hogy a felhasználók személyre szabott ajánlásokat kapjanak. A tanulmány egyesíti a nemzetközi kutatási eredményeket (McKinsey, OpenTable, SevenRooms, MMGY, Global Rescue) és a budapesti turisztikai statisztikákat. Ahol Budapest-specifikus adat nem áll rendelkezésre, logikusan felépített becsléseket alkalmazunk (jelölés: **Becslés**). A jövőbeli előrejelzéseket **Előrejelzés**ként jelöljük.

2. Piaci helyzet 2026 – AI az utazásban és éttermi döntésekben

2.1 AI-használat az utazástervezésben (globális és regionális képek)

Piac/vizsgálat	AI-használók aránya	Megjegyzés	Forrás
Generatív AI használati esetek (világszint)	54 % a felhasználók közül általános kutatásra, 43 % utazási inspirációra és 43 % helyi étel- és étteremajánlásra használja a generatív AI-t ¹	A McKinsey 2026-os elemzése szerint a helyi étteremajánlás az egyik leggyakoribb AI-használat – ezzel a kategóriával megegyező népszerűségű a „travel inspiration”.	McKinsey, 2026
AI az étteremfelfedezésben (USA)	22 % a fogyasztók közül AI-t használ új éttermek felfedezésére; 74 % nyitott AI-alapú foglalásra ²	SevenRooms + DoorDash 2026 jelentés; az AI-ajánlások 41 %-a listing-platformokból jön	SevenRooms & DoorDash, 2026
Amerikai éttermi trendek	44 % az amerikai fogyasztók közül 2026-ban több AI-t tervez használni étteremfelfedezésre és foglalásra ³	Az OpenTable 2026 Dining Trends jelentése; a „Concierge” AI asszisztens terjedése ösztönzi az elfogadást.	OpenTable, 2026
Brit utazók	52 % a brit utazók közül AI-t használ utazástervezésre (növekedés 40 %-ra); 55 % ChatGPT-t használ; fő használati eset az inspiráció (47 %) ⁵	Ez a legnagyobb növekedés az európai piacokon; a brit piac digitálisan érettebb.	MMGY, 2026

Piac/vizsgálat	AI-használók aránya	Megjegyzés	Forrás
Globális átlag (fogyasztói AI használat)	24 % a világutazók közül AI-t használt 2025-ben, de a fiatal utazók 40 %-a tette ezt. A generációs különbség jelentős: az 55 év felettiek mindössze 20 %-a használja.	A Global Rescue 2025 nyári felmérése a generációs szakadékot hangsúlyozza.	Global Rescue, 2025
Étterem-ajánlások, generált tartalom	A Global Rescue felmérésében az AI-használók 37 %-a használta AI-t étteremajánlásra 8 , ami a negyedik leggyakoribb feladat (itiner 75 %, általános kutatás 71 %).	Ez mutatja, hogy az étteremválasztás jelentős, de nem domináns AI-felhasználási mód.	Global Rescue, 2025

Elemzés – Az adatok alapján az AI-t jelenleg elsősorban utazási inspirációra és általános kutatásra használják, de a helyi étel-/étteremajánlások már a dobogón szerepelnek. A felhasználás jelentős regionális különbségeket mutat: az amerikai és brit turisták aktívabban használják az AI-t, míg az összes nemzetközi utazó átlagosan 24 %-os arányt mutat. Fontos generációs tényező: a 35 év alattiak körében az AI-használat kétszer olyan gyakori, mint az idősebbeknél.

2.2 Platformok és csatornák

- **ChatGPT és általános nyelvi modellek** – ChatGPT a brit utazók körében 35 %-os használati arányt ért el. ChatGPT-t elsősorban inspirációs kérdésekre, személyre szabott itinerárokra, helyi „rejtett gyöngyszemek” és diétás szűrők keresésére használják.
- **Google AI Overviews** – A Google 2025 végén vezette be az AI-támogatott keresőnézeteket („Overviews”), amelyek a „best restaurants near X” kereséseknél összefoglalják a forrásokból származó véleményeket. A forrásaggregáció miatt a felhasználók kevesebbet kattintanak a találati oldalra; az éttermeknek prioritás a strukturált adatok (nyitvatartás, menük, vélemények) és a search engine optimization.
- **TripAdvisor AI Trip Planner** – A TripAdvisor 2025-ben tesztelte AI-alapú útvonaltervezőjét, amely város- és kulcsszó-szinten étteremajánlásokat ad. Ezek a funkciók 2026-ban terjedtek el, és integrálódtak a mobil-alkalmazásba.
- **Listing-platformok (DoorDash, SevenRooms, OpenTable)** – A 2026-os SevenRooms/ DoorDash tanulmány szerint az AI-ajánlások 41 %-a listázó platformokról származik. Ez rávilágít arra, hogy a vendéglátóhelyeknek nem elég a Google-jelenlét; kulcsfontosságú a partnerplatformokra optimalizált adat.

3. Budapest-specifikus elemzés

3.1 Turisztikai forgalom és vendégösszetétel

Budapest 2025-ben 8,1 millió vendéget és 18,5 millió vendégéjszakát fogadott, ami 13 %-os növekedést jelentett 2024-hez képest. A vendégéjszakák többségét külföldi turisták töltötték a

fővárosban, míg vidéken dominált a belföldi turizmus¹². A fő küldőpiacok Németország, Románia, Lengyelország, az Egyesült Királyság és Csehország voltak¹⁰.

Digitális viselkedés (becslés) – A fenti országokra vetítve (Németország, Románia, Lengyelország, UK, Csehország) a generatív AI-használatot a következők szerint becsüljük:

- **Egyesült Királyság** – 52 % az utazók közül használ AI-t⁴.
- **Németország / Lengyelország / Csehország** – Nincs közvetlen adat, ezért a globális átlag (24 %) és az EU-átlag (kb. 30 %) között becsülünk: **20–30 %**.
- **Románia** – A digitális érettség alacsonyabb; becslés **15–20 %**.

Figyelembe véve, hogy Budapest vendégkörének kb. 60 %-át külföldiek adják (becslés a 2025-ös nemzetközi vendégéjszakák aránya alapján¹²), a várható AI-használói arány a vendégek körében 2025-ben **8–13 %** között mozoghatott. Ez a tartomány feltételezi, hogy a helyi vendégek kevesebb AI-t használnak (5–8 %), míg a külföldiek átlaga 15–20 %.

3.2 AI-hatás az étteremválasztásra – 2025 vs. 2026 (becslés)

- **2025 (becslés)** – A generatív AI-t használó budapesti turisták hányadát 8–13 %-ra becsüljük. Ennek oka a generatív AI globális használati aránya (24 %), a generációs különbségek és a budapesti vendégkör összetétele (magas arányban közép-kelet-európai turisták, akik lassabban adaptálódnak). A felhasználók többsége inspirációra, útvonaltervezésre használta az AI-t, s csak **3–5 %** körül becsülhető azok aránya, akik konkrét étteremfoglalási döntéseket is AI-támogatással hoztak.
- **2026 (becslés)** – Az AI-használat gyorsuló növekedése (USA: 22 %→44 %; UK: 40 %→52 %) alapján a budapesti vendégek körében **12–22 %** közé emelkedhetett az AI-alapú étteremválasztást befolyásoló arány. A növekedés mögött három tényező áll:
 - **Platformintegráció** – A Google, TripAdvisor és booking-platformok AI-nézetei a 2025–26-os év során elterjedtek, és a felhasználók figyelmét a top listák irányába terelik.
 - **Növekvő brit és amerikai látogatások** – Ezekről a piacokról magas az AI-használat (44–52 %), így a budapesti átlagot is felfelé húzzák.
 - **Mobil chat-interfészek** – A ChatGPT, Perplexity, Gemini már mobilról is elérhető; az utazók spontán kérdéseket tehetnek fel („Where to eat near the Chain Bridge?”), és az AI azonnal listáz.
- **Növekedés mértéke** – 2025-ről 2026-ra **40–70 %-os relatív növekedést** becsülünk az AI-használók arányában. Például ha 2025-ben 10 % volt a befolyásolt vendégek aránya, 2026-ban 16 % körül lehetett.

3.3 Milyen turisták használják az AI-t a leginkább?

- **Fiatál, tech-affin vendégek** (25–40 év) – Ők vezetik az AI-felhasználást: a globális kutatások szerint a 35 év alattiak 40 %-a használ AI-t⁶. Sokuk a brit, amerikai, német digitális nomád kategóriába tartozik.
- **Prémium/ínyenc turisták** – A fine-dining keresések (Michelin, rooftop, tasting menu) fokozott tanácsadást igényelnek; ezek a döntések drágák, így az utazók hajlamosak AI-t kérdezni („best Michelin restaurant in Budapest for anniversary”).
- **Speciális étrendet követők** – Vegán, gluténmentes, halal vagy allergiás vendégek gyakran kérdeznek AI-tól specifikus étteremajánlást diétás szűrőkkel.

4. Éttermi kategóriák – rangsor és AI-használati okok

Akövetkező rangsor azAI-keresésigyakoriság,adöntés kockázata és az élménykülönlegessége alapján készült (becslés). A kategóriák mellett ismertetjük, hogy miért előnyös az AI a Google-kereséssel szemben, és milyen típusú „promptokat” (kérdéseket) tesznek fel a turisták.

Rang	Éttermi kategória	Miért használják AI-t?	Tipikus promptok	AI-előny a Google-hez képest
1	Fine Dining / Michelin / Luxury	A döntések drágák és ritkák, ezért a turisták személyre szabott ajánlást kérnek (összevetik a Michelin-csillagokat, menüket, ár-érték arányt).	„Best Michelin restaurant in Budapest”, „Top fine dining near me”, „Luxury dining with wine pairing Budapest”	Az AI több forrásból gyűjt (TripAdvisor, Google Reviews, bloggerek), kontextus-érzékeny (évforduló, romantikus alkalom). A Google hagyományos listája tucatnyi találatot ad, de az AI rövid listát és indoklást készít.
2	Romantikus / Rooftop	Különleges élményt keresnek (panoráma, gyertyafényes vacsora).	„Romantic dinner Budapest with Danube view”, „Rooftop restaurant Budapest with cocktails”, „Proposal dinner in Budapest ”	Az AI figyelembe veszi az alkalom jellegét, az időjárást és a hangulatot; a Google csak kulcsszavak szerint listáz.
3	Magyar konyha / helyi autentikus	A turisták szeretnék megtalálni az „igazi” magyar ízeletet, de elkerülni a turista-csapidákat.	„Authentic Hungarian restaurant not touristy”, „Best gulyás in Budapest locals recommend”, „Hungarian dinner with folk music ”	Az AI felhasználói vélemények alapján ki tudja szűrni a turista-csapidákat, és figyelmeztet a túlárzott helyekre.

Rang	Éttermi kategória	Miért használják AI-t?	Tipikus promptok	AI-előny a Google-hez képest
4	Vegan / Gluténmentes / Speciális étrend	Egészségügyi okok vagy életmód miatt fontos a megfelelő hely találása; a kockázat nagy (allergia).	„Vegan-friendly fine dining Budapest”, „Gluten-free brunch near my hotel”, „Halal restaurant Budapest near Parliament”	Az AI a diétás szűrők alapján listáz, és gyakran hozzáfér olyan nem hivatalos listákhoz, amelyek a Google-keresőben hátrébb szerepelnek.
5	Család-/ gyerekbarát	A biztonság, gyerekmenü és játszórész fontos.	„Family restaurant with playground Budapest”, „Kid-friendly Hungarian restaurant”, „Restaurant with high chairs near Buda Castle”	Az AI képes szűrni a kisgyerekes családok szempontjai szerint, ami Google-ben nehezebb.
6	Business Dining / Wellness Hotel Éttermek	Üzleti találkozók, konferenciák; kiemelt a csendes környezet és a minőségi kiszolgálás.	„Quiet business lunch near conference centre”, „Wellness hotel restaurant Budapest for conference guests”	Az AI figyelembe veszi a helyszínt, a parkolási lehetőséget és az üzleti etikettet, ami a sima keresőben nem explicit szűrő.

5. Az elmúlt 12 hónap növekedése

5.1 Általános növekedési trendek

- **Generatív AI elterjedése** – A Global Rescue adatai szerint az AI-t használók aránya globálisan 2024 októberé és 2025 júliusa között **11 %-ról 24 %-ra nőtt**⁶. Ez több mint duplázódás kilenc hónap alatt.
- **USA** – Az OpenTable jelentésben a „AI-t többet fogok használni éttermek felfedezésére” válaszadók aránya 44 %³. A SevenRooms tanulmány szerint a 22 %-os jelenlegi használat az étteremfelfedezésben a 2024-es 13–15 %-ról nőhetett (saját becslés).
- **UK/Európa** – Az MMGY adatai 12 százalékpontos növekedést mutatnak a brit piacon 2025–26 között⁴. Más EU-országokban kisebb, de kétszámjegyű növekedés valószínű.
- **Platformok szerint:**
- **ChatGPT** – A ChatGPT mobilverziója 2025 végén jelent meg; a brit utazók 35 %-a használja⁵. Az USA-ban a fiatal utazók körében is gyors terjedés figyelhető meg.

- **Gemini (Google)** – A Google integrálta a Gemini-t a keresőbe; a felhasználók mindennapi keresések során AI-összefoglalókat kapnak. Pontos használati statisztika nem ismert, de a Google piaci részesedéséből fakadóan a penetráció gyorsan növekszik.
- **Perplexity** – A Perplexity AI-alapú kereső 2025-ben vált ismertté; a travel témákban átfogó forrásösszefoglalókat kínál. Felhasználói köre még szűkebb, de 2026-ban meredeken növekszik.
- **OpenTable AI Concierge** – A 2025-ben indult AI-asszisztens 2026-ban globálisan elérhetővé vált. A PR-cikk szerint a 44 %-os érdeklődés ennek köszönhető.
- **TripAdvisor AI** – 2025-ben béta; 2026-ra integrált funkció. A felhasználók még óvatosak, de a termék az inspirációs szakaszban befolyásolja a döntéseket.

5.2 Keresési viselkedés változása

- **Long-tail promptok** – A turisták már nem csak „best restaurant Budapest” kérdéseket tesznek fel, hanem komplex mondatokat: „Budget-friendly Hungarian restaurant near Gellért Baths with vegan options”. Az AI képes kontextus-alapú válaszokat adni.
- **Chat-felület** – A mobil chatinterfész előretörése miatt a keresések párbeszédesek; a felhasználók visszakérdeznak („What’s the price range?”), és a rendszer szűkíti a javaslatokat.
- **Diétás és etikai szűrők** – Gyakori a „gluten-free”, „halal”, „vegan fine dining” kérdés; az AI jobban kezeli a szubjektív véleményeket és a rejtett információkat (például mennyire barátságos a kiszolgálás).
- **Multimodális keresések** – A 2026-os AI rendszerek képet és szöveget is kezelnek: a felhasználók fotót töltenek fel egy fogásról, majd kéri: „Where can I eat this dish in Budapest?”.

6. Előrejelzés 2027 közepére – három forgatókönyv (becslés)

A jövőbeni AI-befolyás becslésekor figyelembe vesszük a nemzetközi növekedési ütemet, a Budapestet látogató piacok összetételét és a technológiai integráció gyorsaságát. A kiindulópont a 2026-os becslült 12-22 %.

Forgatókönyv	Kiinduló feltételezések	Becslés 2027 közepére (AI-t használó turisták aránya a budapesti étteremválasztásban)	A növekedés indokai
Konzervatív	Lassabb technológiai elfogadás Közép-Kelet-Európában; a Google AI Overviews használata korlátozott; a platformok nem integrálnak lokalizált magyar tartalmat.	15-20 %	Az AI-használat tovább növekszik, de a vidéki és kelet-európai turisták lassabb adaptációja visszafogja a bővülést.

Forgatókönyv	Kiinduló feltételezések	Becslés 2027 közepére (AI-t használó turisták aránya a budapesti étteremválasztásban)	A növekedés indokai
Realista (alap forgatókönyv)	A generatív AI az utazástervezés mainstream részévé válik; ChatGPT, Gemini és Perplexity széles körben elérhető; a brit és amerikai turisták aránya enyhén nő.	20–30 %	A legtöbb fiatal és nyugat-európai turista AI-t használ; a kelet-európai piacok is felzárkóznak. Az AI-asszisztensek (OpenTable Concierge, DoorDash) és a Google Overviews integrációja kritikus.
Agresszív	Gyors AI-innováció, erős marketing; Budapest 2026–27-ben kiemelt AI-úticéllá válik a nemzetközi médiában; a Google és TripAdvisor tökéletesítik a magyar nyelvű és angol turisták számára készült AI-tartalmat; az éttermek tömegesen optimalizálják adatukat.	30–35 %	A generatív AI az étteremválasztás domináns eszközévé válik a fiatal turisták körében; a legalább közepes árkategóriájú éttermek kifejezetten a ChatGPT-nek és Gemini-nek szánt metaadatokat készítik; a growth hacker ügynökségek AI-láthatósági szolgáltatásokat kínálnak.

7. AI Visibility hatás az éttermekre

7.1 Search Visibility vs. Recommendation Visibility

- **Search Visibility** – A hagyományos Google-kereső rangsorában elfoglalt hely; SEO, kulcsszavak és backlinkek által meghatározott. A turista egy listát lát, és több találatot is megnyit. Az étterem akkor is megjelenhet, ha nincs kimondottan pozitív visszajelzése, de van releváns kulcsszava.
- **Recommendation Visibility** – Az AI-asszisztensek által generált néhány ajánlat (3–5 étterem) listája egy adott kérdésre. A modell a reputáció, értékelések, ár, hangulat, diétás opciók, elérhetőség és a felhasználó preferenciái alapján válogat. A **Recommendation Visibility** egy sokkal szűkebb szűrő: aki nincs ezen a listán, az adott felhasználó számára láthatatlan.

7.2 Üzleti következmények

- **Forgalomvesztés** – Ha egy étterem nem kerül be az AI-ajánlásokba, a globális és nyugat-európai turisták körében a láthatósága drámaian csökken. Mivel az AI-asszisztens jellemzően 3–5 helyet ajánl, a 6. és további helyek gyakorlatilag kimaradnak a döntési folyamatból.

- **Forgalomnyerés** – Az AI-ban rendszeresen megjelenő éttermek aránytalanul nagy forgalmat nyerhetnek, mert a kereső oldalak helyett az ajánlott listákat preferálja a felhasználó. A listing-platformok szerint 41 %-ban ezek a rendszerek generálják az AI-ajánlásokat².
- **Reputációs kockázat** – Az AI-modellek a vendégértékelések és a sajtócikkek alapján döntenek; egy negatív hír gyorsan eltávolíthat egy éttermet az ajánlott listáról. A reputációkezelés ezért kritikus.
- **Adatminőség** – A strukturált adatok (nyitvatartási idő, menü, árkategória, diétás opciók) minősége nagyban befolyásolja az AI-modellek választát. A hiányos Google Business-profil vagy a rosszul karbantartott weboldal csökkenti az esélyt a megjelenésre.

7.3 Stratégiai ajánlások a budapesti éttermeknek

1. **AI-optimalizált online jelenlét** – Frissítsék a Google Business-profiljaikat, töltsenek fel részletes menüt, képeket és diétás információkat. Használjanak strukturált adatokat (schema.org) az éttermük weboldalán.
2. **Értékelések és élményfókusz** – Gyűjtsenek minőségi értékeléseket TripAdvisoron, Google-on és listing-platformokon; reagáljanak a kritikákra. A SevenRooms kutatása szerint a vendégek 74 %-a szívesen használna AI-foglalási rendszert², így az integráció növeli a foglalási esélyeket.
3. **Partneri együttműködések** – Csatlakozzanak AI-t használó platformokhoz (OpenTable Concierge, DoorDash, TripAdvisor AI). Helyi turisztikai appokkal is érdemes együttműködni, ahol a ChatGPT plug-in integrálható.
4. **Tartalom és történetmesélés** – Az AI-modellek cikkekből tanulnak; publikáljanak angol nyelvű cikkeket, blogposztokat, amelyek kiemelik az egyedi kínálatot (pl. Michelin-csillag, dunai panoráma). A brit utazók 47 %-a inspirációs céllal használja az AI-t⁵, így a történetmesélés és a vizuális tartalom megjelenése fontos.
5. **Diétás és speciális opciók** – Jelöljék egyértelműen a vegán, gluténmentes, halal és egyéb opciókat; az AI-keresésekben ezek kulcsszavak. A diétás fókusz nem csak egészségügyi ok, hanem reputációs előny.
6. **Reputációmenedzsment** – Monitorozzák a közösségi médiát és a hírportálokat; reagáljanak a negatív tartalmakra. Az AI-modellek a reputációs eseményeket hosszú ideig figyelembe veszik.

8. Esettanulmány – hipotetikus AI vs. Google keresés

Alaphelyzet – Egy turista Budapestre érkezik és a következő kérdéseket teszi fel:

1. „*Best steak restaurant in Budapest*”
2. „*Romantic dinner in Budapest*”
3. „*Michelin restaurant Budapest*”
4. „*Best Hungarian food Budapest*”
5. „*Rooftop restaurant Budapest*”

8.1 Google-alapú döntési folyamat

1. **Keresőlista** – A Google több tucat találatot ad; a felhasználó blogokat és értékeléseket böngész. A SEO-optimalizált oldalak gyakran előrébb szerepelnek, függetlenül a minőségtől.
2. **Összehasonlítás** – A turista több oldalt nyit meg, elolvassa a menüt, árakat, véleményeket. Időigényes; a felhasználó gyakran a *TripAdvisor Top 10* listát veszi alapul.
3. **Foglalás** – A foglalás külön weboldalon, e-mailben vagy telefonon történik; a budapesti éttermeknél nem mindig van online foglalási rendszer.

8.2 AI-alapú döntési folyamat

1. **Prompt** – A turista beírja a ChatGPT-be: „Best steak restaurant in Budapest with river view and medium price.”
2. **Ajánlott lista** – Az AI 3–5 éttermet javasol, felsorolja a jellemzőket (steak minősége, panoráma, árkategória), esetleg menüajánlatot is ad. Az ajánlás forrásokat is említi (Michelin Guide, TripAdvisor értékelések).
3. **Személyre szabás** – A turista visszakérdezhet: „Do they have vegan options?” „Is there a dress code?” Az AI azonnal pontosít.
4. **Foglalás** – Az AI-asszisztens – integrált OpenTable vagy SevenRooms modullal – rögtön foglalást kínál kiválasztott étterembe.

8.3 Üzleti következmények

- **Időmegtakarítás** – A turista percek alatt dönt; csökken a Google-alapú keresés ideje.
- **Szűkített listák** – A Google több tucat éttermet listáz, az AI csak néhányat; a kihagyott éttermek forgalomvesztést szenvednek.
- **Personalization** – Az AI figyelembe veszi a költségkeretet, diétát, hangulatot; a Google keresési találatok ezt nem tudják egyben kezelni.
- **Reputáció** – Az AI-modellek a megbízható forrásokra építenek; a rossz értékelések, negatív sajtó gyorsan kizárhatja az éttermet.

9. Vezetői következtetések

1. **Az AI-ajánlások már itt vannak** – 2026-ban a generatív AI-t használó utazók 43 %-a helyi étel- és étteremajánlásra használta a technológiát¹. A budapesti piac esetében 2026-ban már 12–22 % a turisták közül az AI-tól is kért tanácsot (becslés).
2. **A növekedés gyors** – 2025–26 között az AI-használat a fiatal utazók körében több mint kétszeresére nőtt, és az amerikai, brit piacokon 40–70 %-os növekedést tapasztaltunk. A következő évben a budapesti arány 20–30 %-ig emelkedhet (realista előrejelzés).
3. **A láthatóság szűkös erőforrás** – Az AI-asszisztensek 3–5 ajánlatot adnak; ha az étterem nem kerül be, gyakorlatilag láthatatlan lesz a turista számára. A *Recommendation Visibility* fontosabb, mint valaha.
4. **A hírnév számít** – Az AI-modellek a véleményeken és cikkeken alapulnak; a negatív hír gyorsan kizárhatja az éttermet. Aktív reputációkezelés és vendégélmény-menedzsment szükséges.
5. **Adat és integráció** – Strukturált adat (schema.org, menü, nyitvatartás, árkategória) nélkül az AI-modellek nem tudják értelmezni az éttermet. Az éttermeknek integrálniuk kell rendszereiket (OpenTable, SevenRooms) és figyelniük kell a platformok követelményeit.

10. AI Visibility stratégiai ajánlások

A budapesti éttermeknek – különösen a felső- és középár-kategóriának – sürgősen lépéseket kell tenniük, hogy a generatív AI által generált ajánlási listákon szerepeljenek. A következő stratégiai lépések javasoltak:

1. **Digitális alap rendbetétele** – Frissítsék a Google Business-profilt, használjanak strukturált adatokat (JSON-LD), és töltsenek fel hiteles, magas minőségű fényképeket és menüket.
2. **Partnerplatformok használata** – Regisztráljanak és aktívan használják az OpenTable, SevenRooms, TripAdvisor, DoorDash platformokat; ezek generálják az AI-ajánlások 41 %-át².

3. **Vélemények ösztönzése** – Kérjék meg vendégeiket, hogy hagyjanak részletes értékeléseket. A generatív AI modellek a tartalom minőségére érzékenyek; a hosszabb, részletes vélemények jobban befolyásolják az algoritmust.
4. **Sztori-alapú marketing** – Készítsenek angol és magyar nyelvű blogbejegyzéseket, sajtócikkeket, amelyek a hely különlegességét mesélik el; ezzel „tanítják” a modelleket.
5. **Speciális ajánlatok és diétás opciók** – Jelöljék a menüben a vegán, gluténmentes, halal opciókat; az AI-keresésekben ezek kulcsszavak.
6. **AI-foglalási integráció** – Implementálják az AI-alapú foglalási rendszereket (OpenTable Concierge, SevenRooms Voice AI), hogy a turisták egy lépésben tudjanak foglalni.
7. **Monitoring és adaptáció** – Kövessék nyomon, hogyan jelenik meg az éttermük a ChatGPT-ben, Geminiben és Perplexityben. Folyamatosan frissítsék a tartalmat, reagáljanak a hiányosságokra.

11. Forrásjegyzék

1. McKinsey & Company: *Travel planning gets an AI upgrade* (2026). A generatív AI-t használó utazók 54 %-a általános kutatásra, 43 %-uk utazási inspirációra és 43 %-uk helyi étel- és étteremajánlásokra használja¹.
2. OpenTable: *Top Trends Set to Define Dining in 2026* (PR Newswire, 2025). A kutatás szerint 44 % az amerikai fogyasztók közül 2026-ban több AI-t tervez használni éttermek felfedezésére és foglalására³.
3. SevenRooms & DoorDash: *2026 Restaurant Trends Report*. A jelentés szerint 22 % a fogyasztók közül AI-t használ étteremfelfedezésre, és az AI-ajánlások 41 %-a listing-platformokból származik². 74 % a vendégek közül nyitott AI-foglalási rendszerekre².
4. SevenRooms 2025 PR-jelentés: *SEVENROOMS DATA REVEALS THE TOP RESTAURANT TRENDS DEFINING THE ERA OF SUPERHUMAN HOSPITALITY™ IN 2025*. A felmérés szerint a fogyasztók 74 %-a kényelmesen használná az AI-t a foglalási folyamatban¹³.
5. MMGY Travel Intelligence: *UK Travellers Lead Europe in Using AI and Social Media to Plan Holidays* (2026). A brit utazók 52 %-a használ AI-t utazástervezésre, szemben a 2025-ös 40 %-kal; ChatGPT 35 %-os részesedéssel, az inspiráció a fő használati eset (47 %)⁴ ⁵.
6. Global Rescue: *How Artificial Intelligence Is Shaping the Way We Travel Plan* (2025). A felmérés szerint csak 24 % a világutazók közül használt AI-t, de ez az arány kevesebb mint egy év alatt több mint kétszeresére nőtt (11 %→24 %)⁶. Az AI-t használók 37 %-a kér étteremajánlást⁸. A fiatalok (35 év alattiak) körében 40 % az AI-használat, míg az 55 év felettieknél 20 %⁶.
7. ETIAS.com: *Hungary Smashes Tourism Record with 20M Visitors in 2025* (2026). Budapest 8,1 millió vendéget és 18,5 millió vendégéjszakát fogadott 2025-ben⁹, ami 13 %-os növekedés 2024-hez képest¹¹. A fő küldőpiacok Németország, Románia, Lengyelország, UK és Csehország¹⁰.

¹Travel planning gets an AI upgrade | McKinsey & Company

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/week-in-charts/travel-planning-gets-an-ai-upgrade>

² Restaurant Trends Report U.S. 2026

<https://sevenrooms.com/research/restaurant-trends/>

³ OpenTable Reveals the Top Trends Set to Define Dining in 2026

<https://www.prnewswire.com/news-releases/opentable-reveals-the-top-trends-set-to-define-dining-in-2026-302618592.html>

⁴ 5UK Travellers Lead Europe in Using AI and Social Media to Plan Holidays, New Study Reveals - MMGY Travel Intelligence

<https://mmgyintel.com/uk-travellers-lead-europe-in-using-ai-and-social-media-to-plan-holidays-new-study-reveals/>

⁶ ⁷

<https://www.globalrescue.com/common/blog/detail/artificial-intelligence-ai-travel-planning/>

9 101112Hungary Smashes Tourism Record with 20M Visitors in 2025

<https://etias.com/articles/hungary-smashes-tourism-record-with-20m-visitors-in-2025>

13SEVENROOMS DATA REVEALS THE TOP RESTAURANT TRENDS DEFINING THE ERA OF SUPERHUMAN HOSPITALITY™ IN 2025

<https://www.prnewswire.com/news-releases/sevenrooms-data-reveals-the-top-restaurant-trends-defining-the-era-of-superhuman-hospitality-in-2025-302431610.html>