

**IV. SZEKCIÓ**  
**TURIZMUS A VIDÉKFEJLESZTÉS SZOLGÁLATÁBAN**

## BÉKÉS MEGYEI KASTÉLYOK ÉS SZEREPÜK A TURIZMUSBAN

GLÓZIK Klára

SZIE-AGK, 5540 Szarvas, Szabadság u. 1-3, glozik.klara@gmail.com

### Bevezetés

Az embernek már a kezdetektől fogva szüksége volt valamilyen építményre, amely megvédte őt a természet és az éghajlat viszontagságaitól. Az épületek mérete, hasznosítása koronként változott. Funkciójuk időközönként szintén nagy változásokon ment keresztül. A magyarországi kastélyok, kúriák története különösen ilyen, hiszen a II. világháborút követően ezek a csodálatos építmények annyi szenvedésen mentek keresztül, hogy igazából alig maradt meg néhány épségben. Pedig szerepük mindig is szerves része volt a vidék életének. Itt teremtődött az a vagyon, mely lehetővé tette a felejthetetlen bálakat, szép ruhákat, és főként élelemmel látta el a 19. században az Osztrák-Magyar Monarchiát.

Mára ezek a kastélyok, kúriák hatalmas változáson mentek keresztül, mely nemcsak az épületek állagára, hanem funkciójára is vonatkozik. A 20. század második felében ugrásszerűen megnőtt diszkrecionális jövedelmek, szabad idő és természetesen a motiváció is az utazásokra irányította a figyelmet. Mára a turizmus hatalmas iparággá nőtte ki magát, melyben a kulturális turizmus komoly értéket képvisel.

Tanulmányomban arra keresek válaszokat, mennyire fontos az embereknek az épített örökség? Utazásuk során mennyire keresik fel az épületeket, mennyire fontos nekik az állapotmegőrzés, a felújítás, a látogathatóság? Kutatásom során Stephán Adrienn hallgatómossal egy 15 kérdésből álló zárt kérdőívet állítottunk össze, amelyet webfelületen, közösségi oldalon tettünk közzé.

### Irodalmi áttekintés

Az 1960-as években Nyugat-Európában már megkezdődött a várak, kastélyok és egyéb kulturális örökséget képező épületek turisztikai hasznosítása.

Alapvetően négy kastélyokhoz tartozó turisztikai funkciót különböztethetünk meg:

1. szállás funkció: kastélyszállók, fogadók, valamint konferenciák és egyéb üzleti, illetve baráti, családi találkozók megszervezése,
2. vendéglátó funkció: éttermek,
3. kulturális vonzerő funkció: múzeumok,
4. rendezvények, szórakoztató funkció: várjátékok, hagyományőrző programok, zenei események, vásárok a kastély birtokán, területén stb. (Kovács 2002)

### Kastélykultúra Magyarországon

A kastélyok hagyományosan a földbirtokos nemesség, és kiváltképp az arisztokrácia lakhelyei. Gazdasági szerepüket tekintve ezek az épületek hagyományosan a birtok köz-pontját képezték, illetve a birtok jövedelméből éltek.

Az egyéni és a családi reprezentáció nem csak az épület külsején, hanem belsejében is megnyilvánult, de legalább ilyen fontos volt, hogy a kastély kényelmes lakhely legyen. Ilyen szempontból a legmagasabb igényeket kellett, hogy kielégítse; berendezése, bútorzata, műszaki felszerelése az élen járt, és példaadó volt.

A kastély elengedhetetlen tartozéka, a kertek vagy a parkok jelentősége nem maradt el az egyre szaporodó és gazdagodó városi parkokétól, és nem csupán, mint művészi alkotások, hanem mint kertészeti központok és a kertészképzés helyei is voltak. (Sisa 2007)

A vidéki kastélyokat és a városi palotákat nemcsak megjelenésük, hanem használatuk módja is megkülönbözteti egymástól. Az évszakok változásait követve használták egyiket vagy másikat a tulajdonosaik. A kastélyokban általában a tavaszt és a nyarat töltötték, és ott maradtak a hűvösebb őszi idő beálltáig, a nagyobb vadászatok kedvéért olykor tovább is. A városba télen húzódtak be: ez az időszak volt a társasági élet kitüntetett ideje, különösen a farsang heteiben, valamint azért is, mert ezeket az épületeket könnyebb volt fűteni. Ebben a tekintetben a magyar arisztokrácia igazodott az egész magyar társadalmat jellemző hagyományos évkörhöz, melyet alapvetően a mezőgazdasági munka természetes ritmusa határozott meg. (Halász, Órfi és Viczián, 2014)

### Vendéglátás a kastélyban

A kastélyélet egyik legfontosabb és legszórakoztatóbb eseménye a vendégek fogadása volt. A szalonban, nagyszalonban, tehát hagyományosan a kastély központi terében összpontosult a társasági élet. Ennél fogva a vendégszobák sora ezeknek az épületeknek elengedhetetlen részük volt. A látogatók elszállásolására nagy gondot fordítottak, hiszen a vendéglátás a társadalmi érintkezés fő formáját, a kastély létének értelmét adta.

A kastélyok létezésének másik értelme, a környezetükhöz kapcsolódó szabadidős tevékenység legfontosabbika, a vadászat volt. A kastélyok lakóinak és látogatóinak az életében központi szerepet játszott a vadászat, melyet számos leírás, regény, festmény, rajz és fénykép örökít meg. A magyarországi vadászatok európai híreiek voltak,

a kastélyok urai ilyenkor láthatták vendégül a külföldi előkelőségeket. Vadászat idején nagyszámú vendég érkezett a kastélyokba. A vadászatot leginkább a férfiak szórakozásának tekintették; egy-egy vadász a nők köréből is kikerült, de ritkaságszámba ment, ők inkább kirándultak.

A vadászaton túl a sportolás számos lehetőségét kínálta a kastély parkja és környezete, mint a lovaglás, amelyre a kastély környéke sok esetben ideális terepként kínálkozott. Népszerű volt még a krokettezés, a kuglizás, a teniszezés, a biliárdozás, illetve a kártyázás.

A szükségletek és a kényelem fenntartását hierarchizált, nagyszámú személyzet szolgálta. Ha vendégek érkeztek, magukkal hozták saját szolgálóikat, akiket általában ugyancsak a kastélyban szállásoltak el. Ha olyan jeles személyiség érkezett, aki nem hozott több saját szolgálót, pénzajándékkal mondott köszönetet a kastély népes személyzetének.

A főúri kastélyok és a hozzájuk tartozó parkok nem voltak nyilvánosak. A 19. század közepén a kastélyokat országosan alig ismerték, az átlagembernek nem sok fogalma volt az arisztokrácia és a köznemesség vidéki épületeiről. Kivételesnek számíthatott, hogy egy-egy kastélyparkot jeles ünnepekkor megnyitották és a falu népe megtekinthette. A kisebb, köz-nemesi kastélyoknál más lehetett a helyzet: tulajdonosaiknak a környezet társadalmi életében való szerepe miatt inkább nyitva állt az otthonuk. (Sisa 2007)

### **Kastélyok Békés megyében**

Magyarország történelme több mint ezer évre vezethető vissza. A tehetős emberek lakóhelyeül mindig is pompás, hatalmas épületeket építettek, ezzel is kifejezve gazdagságukat és befolyásukat.

A legtöbb kastély az országban a XVIII. és XIX. században épültek. Békés megyében több mint 200 kastély és kúria épült. Érdekes, hogy Virág Zsolt a Magyar Kastélylexikon 10. kötetében 258 békés megyei kastélyról és kúriáról tesz említést, melyből 173-mat lebontottak, így ma csak 85 áll, míg Szelekovszky László Kastélyok és kúriák Békés megyében című könyvében „több, mint 100 kastélyról és kúriáról” ír. Ebből is látható, hogy nehéz megmondani, hogy melyik épület kastély és melyik kúria. A Magyar Értelmező Kéziszótár szerint a kastély egy parkban álló előkelő, fényűző vidéki lakóház, míg a kúria udvarházat jelent (Juhász József et al 1982). A köznemesi kastély és a vidéki kúria között nem húzható éles határvonal, de meghatározható néhány szempont, melynek alapján egy épület kastélynak tekinthető: a kastély legalább kétszintes (egyemeletes) épület. (Sisa 2007)

Az átlagemberek sokszor kastély jelzővel illeték a vidéki kúriákat is, és ez a név az épületen maradt. A kastélylexikon összesen 30 békés megyei kastélyt említ, ebből mára már csak 19 látható. 13 kastélyt hasznosítottak különböző célokra, mint például iskola, könyvtár vagy múzeum. Több épület viszont üresen áll, némelyik már teljesen feledésbe merült, mint az Orosházához tartozó Kiscsákópusztán a Geist kastély, melyet a német tulajdonos fel akart újítani, de halálával a felújítási munkálatok félbemaradtak és az épület jelenleg a pusztulás útján halad.

A Geszten található Tisza-kastélyt 800 millió forintért vásárolta meg az állam a település önkormányzatától. Tisza Kálmán- és Tisza István-emlékhelyet, valamint nemzetközi oktatási központot hoznak létre a Nemzeti kastélyprogram keretében.

Ki kell emelnünk a gróf Wenckheim Frigyes és felesége, Krisztina által építtetett szabadkígyósi kastélyról is, melyet Ybl Miklós tervezett és korának legfényűzőbb kastélya volt könyvtárral, zeneszalonnal, kápolnával, télikerttel, valamint 23 hektáros parkkal. Az épület nemcsak Békés megye, de az ország egyik legimpozánsabb, legnagyobb épülete (Halász, Őrfi és Viczián, 2014). A Nemzeti Kastélyprogram keretein belül a közeljövőben felújítják az épületet.

A közel-múltban újították fel Lökösházán a Vásárhelyi-Bréda-kastélyt mely 2013 óta várja látogatóit, mint turisztikai látványosság és kulturális látogatóközpont. A megszüpült kastély számos attrakciót és szolgáltatást kínál: 3D-s fényfestészeti produkció kerül bemutatásra naplemente után a homlokzaton esténként. Az ódon falak között számos érdekesség csodálható meg, a kupolateremben leng a Foucault-inga, (Dr. Békés et al. 2013)

Gyulán a 2016-ban átadott és csodálatosan felújított Harruckern-Wenckheim-Almásy-kastély várja a látogatókat. A beruházás csaknem 2,5 milliárd forint támogatással valósult meg. Itt interaktív kiállítás tekinthető meg, valamint holoprojektor segítségével bepillantunk a kastélyban zajló élet néhány jelenetébe, melyhez hasonló legközelebb csak Bécsben láthatunk. (<http://www.visitgyula.com/>)

## Anyag és módszer

A kérdőíves kutatás célja az volt, hogy információt szerezzünk arról, hogy az emberek számára mennyire fontosak az épített értékek, vajon mások mik gondolnak hazánk épített örökségeiről, a kastélyokról, várakról, templomokról?

A kutatás során Stephán Adrienn (SZIE-GAEK vendéglátás-turizmus FOSZ hallgató) segítségével egy 15 kérdésből álló zárt kérdőívet állítottunk össze, amelyet web felületen, közösségi oldalon tett közzé. kitöltés teljesen önkéntes volt és anonim. A kérdőíves felmérés nem reprezentatív, a kérdőívet többnyire az ő ismerősei, illetve azok ismerősei töltötték ki. A válaszokat 2016. február 18. és 2016. március 15. között gyűjtötte, szűk egy hónap alatt 206-an töltötték ki az űrlapot.

## Eredmények és értékelésük

A megkérdezettek 21 százaléka férfi, 79 százaléka nő volt. A kitöltés teljesen önkéntes volt, de jelen esetben a nők sokkal nagyobb arányban voltak hajlandóak a kérdőívek kitöltésére.

A kitöltők több mint háromnegyed része (66%) 18 és 25 év közötti, 16%-uk 26-35 év, 10%-uk 36-45 év, 6%-uk 46-60 év közötti, a fennmaradó 2% pedig 61 év feletti.

A válaszadók többsége érettségivel rendelkezik (45%), sokaknak ennél is nagyobb végzettségük (technikus/felsőfokú szakképzés 15%, főiskola 22%, egyetem 8%) van. Szakmunkás bizonyítvánnyal 3%, általános iskolai végzettséggel 8%-uk rendelkezik.

A kirándulások gyakoriságának felmérésekor a többség negyedévente kirándul. Ugyanolyan arányban (21-21%) jutnak el havonta és félévente, 18%-uk évente, 5%-nak pedig hetente engedi az idejük kirándulni.



1. ábra. Kirándulások gyakorisága

Figure 1. Frequency of excursions

Arra a kérdésre, hogy milyen célból kirándulnak, a válaszok megoszlóak voltak, de legtöbbször rendezvények, gasztronómiai események miatt mozdulnak ki. Ez az arány a 18 és 45 év közöttiek körében jellemző, 46 év felett viszont már az épített értékek megismerése a döntő ok. Az egyebet választók írtak autós kiállítást illetve találkozót, iskolai kirándulást.

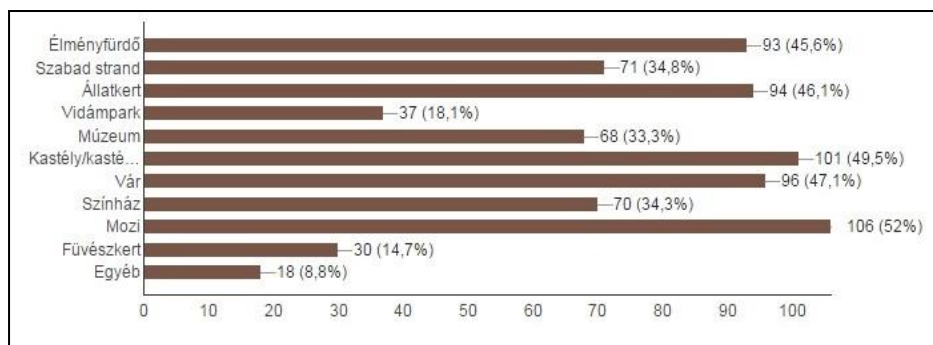


2. ábra. Kirándulások célja

Figure 2. The purpose of excursions

A válaszadók többsége szabadidejében moziba megy el a legtöbbször, de szívesen látogatnak el kastélyba, kastélyparkba is, illetve másik típusú épített örökségekbe, a várakba.

## Magyar vidék - Perspektívák, megoldások a XXI. században



3. ábra. Látogatás célja

Figure 3. Purpose of Visit

A hetedik kérdésre „Mennyire érdeklik Önt hazánk épített örökségei, a kastélyok, várak, templomok?” a kitöltők 61%-a azt a választ adta, hogy érdekli, 21%-át nagyon érdeklik hazánk épített értékei, 15%-át nem igazán, és 3%-nak pedig egyáltalán nem kelti fel az érdeklődését a műemlékek.

Leggyakrabban látogatott épületnek a legtöbben a várat választották, 26%-uk a kastélyt, 19%-uk múzeumba látogat, 15% pedig a templomot. Talán a váraknak több a történelmi jelentőségük, amiért érdemes meglátogatni. Arra vonatkozóan, hogy szívesen megnézik-e egy kastélyt, illetve szívesen ellátogatnak-e egy felújított kastélyba, a válaszadók 95%-a adott pozitív feleletet, 5%-a nemet.

A kérdőívet kitöltők 89%-a jó ötletnek tartja a kastélyok felújítását, turisztikai célú hasznosítását, mindössze 6% adott nemleges választ és 5%-át nem érdekelte a felújítás.

A válaszolók fele megnézi az adott településen található kastélyt útutazása során, amennyiben az idejük engedi. 25%-uknál fontos, hogy ez ingyenesen megtehető legyen, 10% pedig mindenképpen megnézi, függetlenül annak díjától.



4. ábra. Kastélyok látogatottságának aránya

Figure 4. Rate of attendance of castles

A kérdőívet kitöltötték 11%-a nem szívesen költ épületek látogatása során, a többség (68%-a) 500 és 3000 Ft között, 17%-a 3000 és 5000 Ft-ot, 4%-a pedig hajlandó akár 5000 Ft felett is kiadni egy-egy örökség, műemlék megtekintésekor.

Az utolsó kérdés arra vonatkozott, hogy mások hogy látják az épített örökségek, építmények mai állapotát. Egy ötös skálán jelölték be, hogy milyenek látják. A legtöbben, 132-en közepesnek értékelték, 24-en kettést, 38 személy négyest, 5-en egyest, 6-an pedig ötöst választották.

### Következtetések

Az épített örökségek utáni kutatás során megállapítható, hogy az emberek többségét, pontosabban 82%-át érdeklik hazánk történelmi építményei és szívesen keresik fel azt utazási célként szabadidejükben, melyet általában félvente, évente tesznek meg. Sokaknál nem is a belépő díj számít, hanem az idejük korlátozza őket abban, hogy egy-egy településen való útutazásukkor megtekintsenek egy adott épületet. Az elköltött összeg, az életkor és a végzettség között nincs összefüggés.

Úgy gondolom, hogy érdemes lenne a kastélyturizmust tovább fejleszteni, ismertebbé tenni hazánk építményeit, és széles körben turrakat szervezni, ennek érdekében megfelelő marketinget folytatni.

### Összefoglalás

Magyarország egy több mint ezer éves múlttal rendelkező ország, rengeteg építészeti örökséggel, műemlékkel. A rendszerváltás előtt a kastélyokat különböző funkciót kaptak: működtek hivatalként, TSZ- központként, szociális otthonként vagy iskolaként, melynek eredményeképpen az épületek nem pusztultak el, fenntartották és sok közülük ma is látogatható. A kastélyok eredeti funkcióikat - a nemesség, illetve a leszármazottak otthona – elveszítették, a legjelentősebbeket viszont az állam az önkormányzatok, felismerve ezek jelentőségét felújították, a közönség számára elérhetővé tették, melyekkel értékeket őriznek meg az utókor számára, és élményeket nyújtanak a jelenben. Egy kastély, egy vár vagy egy templom megfelelő turisztikai vonzerőt jelenthet egy településnek és a környezetének. Ehhez viszont mindenképpen funkciót kell adni nekik, legyenek ezek kastélyszállók, interaktív látogatóközpontok, mint a lőkősházi Bréda-kastély, vagy a gyulai Almásy-kastély. Olyan egyedülálló látványosságot kell létrehozni, amiért az emberek ellátogatnak és visszatérnek.

**Kulcsszavak:** kastélyok, Békés megye, turizmus

### Irodalom

- Békés G – ifj. Békés G – Kotroczó J – Szücsné Gergely Gy.: 2013. Lőkősháza története a kezdetektől napjainkig (Az őstörténettől 2013-ig). Lőkősházi Községi Önkormányzat, Lőkősháza, 307-308.
- Halász Cs – Örfi J – Viczián Zs.: 2014. Ybl összes. Látóhatár Kiadó, Budapest, 56. o., 182-187.
- Juhász J – Szőke I – O. Nagy G – Kovalovszky M.: 1982. Magyar Értelmező Kéziszótár. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kovács V.I. :2002. Kastélyok a turizmusban és az Európai Hagományok Konzorcium munkája. Turizmus Bulletin VI. évfolyam 4. szám.
- Online folyóirat <http://ithon.hu/>
- Sisa J.: 2007. Kastélyépítészet és kastélykultúra Magyarországon. A historizmus kora. Vince Kiadó, Budapest, 13-132.
- Szelekovszky L.: 2008. Kastélyok és kúriák Békés megyében Körös-Maros Nemzeti Parkért Egyesület, Békéscsaba
- Virág Zs.: 2009. Magyar kastélylexikon, 10. kötet: Békés megye kastélyai és kúriái. Fo-Rom Invest, Budapest.
- <http://www.visitgyula.com/gyulai-almasy-kastely>

## Castles and their role in the tourism of Bekes county

### Abstract

Hungary is a country, which has more than thousand years history, there are many architecture heritages and historic monuments. It can be a suitable tourist attraction, if a settlement and its surroundings has a castle, a country house or a church. It is necessary to create a unique attraction, and through this the cultural heritage will be well-known in national level. It is especially characteristic of Bekes county and of the castles and country houses there. We can highlight the castles from the built heritage and country houses, because Bekes county is rich in these buildings.

In the publication I am looking for the answers, how important is the built heritage to the people. How often do they look for buildings during their travel, how important is the state of preservation, the renovation and the visibility.

During my research with Adrienn Stephan, who is one of my students, we created a closed questionnaire consisting of 15 questions, published on a website, more precisely on a community website.

In conclusion of my research, I can state, the majority find it important to preserve the state of the built heritages, utilize them, hereby not becoming the catalyst of the degradation.

**Keywords:** castles, Bekes county, tourism

## A DÉL-ALFÖLD VADÁLLOMÁNYA, MINT VADÁSZATI TURISZTIKAI VONZERŐ

*KÁLLAI Krisztina<sup>1</sup> – BODNÁR Károly<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Szegedi Tudományegyetem Mezőgazdasági Kar, 6800 Hódmezővásárhely, Andrásy utca 15., [kallai.krisztina5@gmail.com](mailto:kallai.krisztina5@gmail.com)

<sup>2</sup> Szent István Egyetem Agrár- és Gazdaságtudományi Kar, 5540 Szarvas, Szabadság utca 1-3., [bodnarkaroly.dr@gmail.com](mailto:bodnarkaroly.dr@gmail.com)

### Bevezetés

Kutatásunk célja az, hogy megvizsgáljuk a Dél-alföldi régió (Bács-Kiskun, Csongrád és Békés megye) vadászható fajainak állomány nagyságát, a térségben található vadaskerteket, illetve ezeknek a vadászati turizmusra gyakorolt hatását. Ezen belül külön vesszük a belföldi, illetve a külföldi vendégvadászok által terítékre hozott vadak mennyiségét szabad- és zárttérben. A legnagyobb bírálati pontokkal rendelkező tróféákra is kitérünk a kutatásban. A vadászati turizmus a vadászat fontos része, a vadgazdálkodás bevételeinek elsődleges megteremtője. Az egyik legfontosabb szempont, ami alapján egy vadász egy adott területet, külföldi vadásznál, ha egy adott országot választ, az a vadállomány minősége. Hazánk jó minőségű vadállománnyal rendelkezik, melynek köszönhetően kedvelt úti cél volt a vendégvadászok körében. Azonban manapság, a környező országok vadászati árának csökkenésével, továbbá az ottani turisztikai infrastruktúra és szolgáltatások javulásával arányosan következett, hogy lecsökkent a térségbe látogató vendégvadászok száma.

### **Irodalmi áttekintés**

A Dél-alföldi régió (Bács-Kiskun, Csongrád, Békés megye) Magyarország egyötödét teszi ki, azonban a turisták körében nem annyira kedvelt célterület, mint például a Balaton, vagy Budapest. Az ország vendégéjszakáiból ez a régió 5,8 %-ban részesül. Ezek az eredmények leginkább a nem megfelelő infrastruktúrának köszönhetőek (Nagy, 2009). Szabó Attila és Lengyel Attila szerint: „A vadászturizmus a természethez kötődő, illetve a természetben végezhető turizmusforma, melynek fő motivációja a vad megfigyelése és/vagy elejtése, lelövése. A vadászati turizmus önálló piacképes turisztikai termék.” (Szabó és Lengyel, 2012). A turizmus fejlődésében meghatározó szerepet tölthet be a vadászat, hiszen a vidéki fejlődéssel, vidéki turizmussal és ökoturizmussal összhangba tud kerülni. A vadászati turizmus csak kis részét képezi a mai turizmusnak, mivel ezeknek szervezését javarészt a vadászok intézik. Bár a vadászati turizmus szakmai és szervezeti keretrendszere már kialakult, a marketing és a minőség tovább fejleszthető. A turizmus, és maga a vadászati turizmus hozzá járulhat a hátrányosabb térségek gazdasági stabilizációjához, új munkahelyeket teremthet, és bevételeket hozhat. A külföldi vadászok száma 23-25 ezer körül van évente, akik 3-5 napot töltenek Magyarországon, mely 100 ezer éjszakát jelent évente. A vadászvendégek döntő többsége ősszel és télen érkezik, melyek alapvetően gyengébb időszakok a turizmust tekintve. A külföldi vadászok a minőségi turizmus körét szélesítik, mivel számos éjszakát töltenek itt, sokat költenek a szállásra, az étkezésre, stb. továbbá kifizetik a nagy értékű trófeás vadat is (Marselek és Fábíán, 2008). A régióban a 2000-es évek elején az olasz vendégvadászok túlsúlya volt jellemző (Skobrák Bodnár és Bajorhegyi, 2007).

Néhány alapfogalom tisztázása elengedhetetlen. A vad fogalma: a földművelésügyi miniszter a természetvédelemért felelős miniszterrel egyetértésben – rendeletben állapítja meg a Magyarországon honos, előforduló, engedéllyel telepített, vagy átvonuló, természetvédelmi oltalom alatt nem álló nagyvadnak, illetve apróvadnak minősülő vadászható állatfajokat. A vadaskert: a vadászterület gímszarvas, dámszarvas, őz, muflon, valamint vaddisznó vadászati célú tartására, illetve tenyésztésére kerítéssel bekerített része. Vadaskertbe szabad vadászterületről, vagy zárttéri vadtartásból származó vad telepíthető, ha a telepítendő egyed fenotípusos megjelenése az adott vadfajra jellemző jegyeket hordozza. Nagyvad vadaskertbe történő kihelyezését a vadászati hatóság engedélyezi (1996. évi LV. törvény). Az adatokat az Országos Vadgazdálkodási Adattártól (OVA) ismertetem.

### **Anyag és módszer**

Az adatok az Országos Vadgazdálkodási Adattártól származnak. Megvizsgáltuk a 2005. és 2015. évi OVA adatokat a megyékben jelentős nagyvad, apróvad terítékekről. Külön szerepelnek a táblázatokban a belföldi és a külföldi vadászok által elejtett vadak, illetve az érmes trófeák. Azért ezt a 2 évet vizsgáltuk, mert a legfrissebb elérhető adatok 2015-ből vannak, ehhez mérten szerettünk volna 10 évvel korábbi adatokat felhasználni az összehasonlításhoz.

### **Eredmények és következtetések**

Az eredményekből látható, hogy 2015-ben magasabb volt a terítékre hozott nagyvadfajok aránya, illetve az érmes arány is sokkal jobb volt, leszámítva Bács-Kiskun megyében az őzet, mely 2005-ben bizonyult jobbnak. Az apróvad esetében Bács-Kiskun és Békés megyében egyaránt a 2005-ös teríték adatok bizonyultak jobbnak, Csongrád megyében azonban a mezei nyulat leszámítva a 2015-ös adatok a jobbak. Ennek oka az évről évre csökkenő mezei nyúl állományban rejlik valószínűleg.

## 1. táblázat: Bács-Kiskun megye, 2005. és 2015. évi nagyvad teríték adatok

Bács-Kiskun megye, 2005. évi nagyvad teríték adatok						
	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
3. Vadfaj	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Gímszarvas	268	194	462	15	5	20
Dámszarvas	136	111	247	130	1	131
Óz	1399	1772	3171	9	6	15
Vaddisznó	280	104	384	70	290	360

Bács-Kiskun megye, 2015. évi nagyvad teríték adatok						
	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
3. Vadfaj	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Gímszarvas	262	323	585	2	1	3
Dámszarvas	266	16	282	226	64	290
Óz	1732	1716	3448	9	2	11
Vaddisznó	564	65	629	335	465	800

Table 1: Bacs-Kiskun County, hunted big games in 2005 and 2015

Title 1. Shooting down in open space (inland, foreign, all)

Title 2. Shooting down in closed area (inland, foreign, all)

Title 3 Species of game (red deer, fallow deer, roe deer, wild boar)

Bács-Kiskun megyében a nagyvadat 2005-ben belföldi vendégek hozták nagyobb arányban terítékre szabadtéren, 2015-ben pedig a külföldi vendégek aránya nőtt meg, de a zárttéri vadászat továbbra is inkább a belföldi vendégek körében népszerű, kivéve a vaddisznót.

## 2. táblázat: Bács-Kiskun megye, 2005. és 2015. évi apróvad lelövések

Bács-Kiskun megye, 2005. évi apróvad teríték adatok						
	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
3. Vadfaj	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Mezei nyúl	296	1161	1457			
Fácán	2697	2810	5507			
Fogoly	54	936	990			
Röptetett réce	450	254	704			

Bács-Kiskun megye, 2015. évi apróvad teríték adatok						
	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
3. Vadfaj	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Mezei nyúl	362	520	882			
Fácán	2592	1050	3642			
Fogoly	11	0	11			
Röptetett réce						

Table 2: Bacs-Kiskun County, hunted small games in 2005 and 2015

Title 1. Shooting down in open space (inland, foreign, all)

Title 2. Shooting down in closed area (inland, foreign, all)

Title 3 Species of game (hare, pheasant, partridge, reared mallard)

## 3. táblázat: Békés megye, 2005. és 2015. évi nagyvad teríték adatok

Békés megye, 2005. évi nagyvad teríték adatok						
	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
3. Vadfaj	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Dámszarvas	201	165	366	119	20	139
Óz	741	1352	2093	8	22	30
Vaddisznó	2	1	3	54	31	85

Békés megye, 2015. évi nagyvad teríték adatok						
	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
3. Vadfaj	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Dámszarvas	263	258	521	36	12	48
Óz	1683	2414	4097			
Vaddisznó	72	8	80	91	89	180

Table 3: Bekes County, hunted big games in 2005 and 2015

Title 1. Shooting down in open space (inland, foreign, all)

Title 2. Shooting down in closed area (inland, foreign, all)

Title 3 Species of game (fallow deer, roe deer, wild boar)

## 4. táblázat: Békés megye, 2005. és 2015. évi apróvad lelövések

Békés megye, 2005. évi apróvad teríték adatok						
---	--	--	--	--	--	--



Magyar vidék - Perspektívák, megoldások a XXI. században

	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
<b>3. Vadfaj</b>						
<b>Mezei nyúl</b>	1004	6167	7171			
<b>Fácán</b>	11505	23320	34825			
<b>Röptetett réce</b>	5441	7765	13206			
<b>Békés megye, 2015. évi apróvad teríték adatok</b>						
	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
<b>3. Vadfaj</b>						
<b>Mezei nyúl</b>	673	3310	3983			
<b>Fácán</b>	11385	9639	21024			
<b>Röptetett réce</b>	5644	3404	9048			

Table 4: Bekes County, hunted small games in 2005 and 2015

Title 1. Shooting down in open space (inland, foreign, all)

Title 2. Shooting down in closed area (inland, foreign, all)

Title 3 Species of game (hare, pheasant, reared mallard)

5. táblázat: Csongrád megye, 2005. és 2015. évi nagyvad teríték adatok

Csongrád megye, 2005. évi nagyvad teríték adatok						
3. Vadfaj	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Dámszarvas	6	2	8	4	3	7
Őz	500	325	825	1	6	7
Vaddisznó	12	0	12	95	8	103

Csongrád megye, 2015. évi nagyvad teríték adatok						
3. Vadfaj	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Dámszarvas	49	16	65	3	1	4
Őz	1598	1763	3361			
Vaddisznó	48	11	59	113	235	348

Table 5: Csongrad County, hunted big games in 2005 and 2015

Title 1. Shooting down in open space (inland, foreign, all)

Title 2. Shooting down in closed area (inland, foreign, all)

Title 3 Species of game (fallow deer, roe deer, wild boar)

Az apróvadnál vegyes eredményeket mutatnak az adatok, mivel apróvadat nem tartanak zárttéren vadászat céljából, ezért csak a szabadtéri adatok állnak rendelkezésre. A mezei nyúl a külföldi vadászok körében kedveltebb, az olaszok egyik kedvenc vadfaja. A fácán teríték mennyisége nagymértékben lecsökkent 2015-re a külföldi vadászok körében. A fogoly és röptetett réce vadászat még 2005-ben meghatározó volt, 2015-re azonban mindkettő vadászata megszűnt. Békés megyénél is vegyes eredmények születtek, azonban itt is nagymértékben lecsökkent az apróvad iránti külföldi érdeklődés. Csongrád megyében a nagyvad vadászat jelentősen megnőtt, az őz kedvelt a külföldi vadászok körében, illetve zárttéren a vaddisznó. Érdekes, hogy itt a fácán, fogoly és röptetett réce aránya nőtt 2005 óta.

6. táblázat: Csongrád megye, 2005. és 2015. évi apróvad lelovések

Csongrád megye, 2005. évi apróvad teríték adatok						
3. Vadfaj	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Mezei nyúl	1346	3897	5243			
Fácán	4455	3597	8052			
Fogoly						
Röptetett réce	5731	1910	7641			

Csongrád megye, 2015. évi apróvad teríték adatok						
3. Vadfaj	1. Lelövés szabad területen (db)			2. Lelövés zárt területen (db)		
	Belföldi	Külföldi	Össz	Belföldi	Külföldi	Össz
Mezei nyúl	1500	3082	4582			
Fácán	10247	3594	13841			
Fogoly	115	153	268			
Röptetett réce	10745	3785	14530			

Table 6: Csongrad County, hunted small games in 2005 and 2015

Title 1. Shooting down in open space (inland, foreign, all)

Title 2. Shooting down in closed area (inland, foreign, all)

Title 3 Species of game (hare, pheasant, partridge, reared mallard)

7. táblázat: Érmes trófeák aránya 2005-ben és 2015-ben a Dél-alföldi régióban

Érmes trófeák száma 2005-ben			
2. Vadfaj	1. Megye (db)		
	Bács-Kiskun	Békés	Csongrád
Gímszarvas	<u>14 A. 36 E. 58 B</u>	<u>2 A. 1 B</u>	<u>1 E</u>
Dámszarvas	<u>12 A. 9 E. 12 B</u>	<u>34 A. 38 E. 37 B</u>	<u>5 A. 5 B</u>
Őz	<u>44 A. 89 E. 160 B</u>	<u>107 A. 195 E. 211 B</u>	<u>78 A. 138 E. 183 B</u>
Vaddisznó	<u>2 A. 9 E. 16 B</u>	<u>5 A. 2 E. 6 B</u>	<u>7 B</u>

Érmes trófeák száma 2015-ben			
2. Vadfaj	1. Megye (db)		
	Bács-Kiskun	Békés	Csongrád
Gímszarvas	<u>37 A. 93 E. 96 B</u>	<u>2 E. 4 B</u>	<u>4 E. 3 B</u>
Dámszarvas	<u>58 A. 36 E. 30 B</u>	<u>54 A. 44 E. 48 B</u>	<u>7 A. 2 E. 5 B</u>
Őz	<u>39 A. 92 E. 151 B</u>	<u>122 A. 220 E. 323 B</u>	<u>84 A. 141 E. 216 B</u>
Vaddisznó	<u>7 A. 20 E. 61 B</u>	<u>16 A. 19 E. 21 B</u>	<u>11 A. 18 E. 40 B</u>

Table 7: Trophies with medals in 2005 and 2015 at the Southern Great Plain Region

Title 1 County (piece), (Bacs-Kiskun, Bekes, Csongrad)

Title 2 Species of games (red deer, fallow deer, roe deer, wild boar)

## Összefoglalás

Kutatásunk alapján elmondható, hogy összességében nőtt a Dél-alföldi régió vendégvadászainak száma, főleg a nagyvadfajok vadászatát tekintve. Zárttérben a vaddisznó a jelentős faj a térségben, melyet a külföldi vadászok is kedvelnek. Az apróvad állománya azonban csökkenőben van, mely megmutatkozik a teríték adatokon is. A külföldi vadászok összességében már nem érdeklődnek annyira az apróvad iránt, mint 2005-ben.

**Kulcsszavak:** vadászati turizmus, vadászat, vad, trófea, Dél-Alföld

## Irodalom

1. 1996. évi LV. törvény a vad védelméről, a vadgazdálkodásról, valamint a vadásatról, [https://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=99600055.TV](https://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99600055.TV)
2. Marselek S. – Fábián Gy.: The possibilities of rural development and the potential role of hunting tourism in rural development. <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/48094/2/Gazdalkodas%202008%2021%20a.%20k.%20%2087-93.pdf> (letöltés: 2016. 12. 11.)
3. Nagy G.: 2009. Dél-Alföld. Dialóg Campus Kiadó, Pécs-Budapest, 263-270.
4. Országos Vadgazdálkodási Adattár (letöltés: 2017. 09. 10.) [http://ova.info.hu/vg\\_stat/VA-2005-2006.pdf](http://ova.info.hu/vg_stat/VA-2005-2006.pdf), [http://ova.info.hu/vg\\_stat/VA-2015-2016.pdf](http://ova.info.hu/vg_stat/VA-2015-2016.pdf), [http://ova.info.hu/vg\\_stat/VA-2005-2006m.pdf](http://ova.info.hu/vg_stat/VA-2005-2006m.pdf), [http://ova.info.hu/vg\\_stat/VA-2015-2016m.pdf](http://ova.info.hu/vg_stat/VA-2015-2016m.pdf)
5. Skobrák Bodnár E. – Bajorhegyi T.: 2007. Hunting services in the Hungarian South Great Plain Region. Lucrari Stiintifice, seria I. 9 (1): 551-556.
6. Szabó A. – Lengyel A.: 2012. Fenntartható vadászturizmus Jász-Nagykun-Szolnok megyében. Szolnoki tudományos közlemények XVI., Szolnok, pp. 481-483, [http://tudomany.szolnok-mtesz.hu/kulonszamok/2012/cikkek/2012-40-Szabo\\_A-Lengyel\\_A.pdf](http://tudomany.szolnok-mtesz.hu/kulonszamok/2012/cikkek/2012-40-Szabo_A-Lengyel_A.pdf) (letöltés: 2017. 01. 30.)

## THE POPULATION OF GAMES IN THE SOUTHERN GREAT PLAIN REGION, AS AN ATTRACTION IN HUNTING TOURISM

### Abstract

Our research is about to examine the population of game species in the Southern Great Plain Region (Bacs-Kiskun, Csongrad and Bekes Counties), the game parks which are located in this Region and their effect on hunting tourism. We separate the amount of hunted big game species by domestic and foreign guest hunters, in open space and in closed areas. The amount of foreign hunters is between 23-25 thousand people per year, who spend 3-5 days in Hungary, which means 100 thousand guest nights per year. Most of the guest hunters visit at autumn and winter, which are worse periods in tourism. We investigate the occurrence of the biggest judgment points by trophy games. The most important big game species in this region is the roe deer; furthermore the incomes from small game hunting are considerable. More and more the wild boar becomes spread in this region, which cause heavy agricultural damages, so it is important to decrease its population growth. Red deer and fallow deer occur occasionally at adequate habitats in this region. The game park is a closed part of the hunting territory for the keeping of red deer, fallow deer, roe deer, moufflon and wild boar for hunting and breeding purposes. The placement of big game to a game park is allowed by the hunting authority.

**Keywords:** hunting tourism, hunting, game, trophy, Southern Great Plain

## KALANDPARKOK, MINT TURISZTIKAI TERMÉKEK

JEGESI VIVIEN<sup>1</sup>-BAGDI RÓBERT<sup>2</sup>-SZABÓ ATTILA<sup>3</sup><sup>1</sup> Tiszaliget Apartman, Hotel, Hostel, 5000 Szolnok, Tiszaligeti sétány 34., e-mail: [jegesivivien@gmail.com](mailto:jegesivivien@gmail.com)<sup>2</sup> Neumann János Egyetem Gazdálkodási Kar, 5000 Szolnok, Tiszaligeti sétány 14., e-mail: [bagdir@szolf.hu](mailto:bagdir@szolf.hu)<sup>3</sup> Neumann János Egyetem Gazdálkodási Kar, 5000 Szolnok, Tiszaligeti sétány 14., e-mail: [szaboattila@szolf.hu](mailto:szaboattila@szolf.hu)**Bevezetés**

Napjainkban a telekommunikáció széleskörű lehetőségeit kihasználva emberek millióinak tudatalattijába vésik bele a jól ismert szlogent, miszerint a megelőzés mindig jobb, mint a kezelés. A XXI. században az elkényelmesedés talán eddig sosem látott méreteket öltött. A telekommunikáció és a média pedig elérte, hogy még a fiatalok egy jelentős része is passzív pihenéssel töltse szabadidejét. Ez a „kényelmes” magatartás a turizmusban is megmutatkozott, hiszen a társadalom egy meghatározó szegmense elsősorban a tengerparti üdülést preferálja és az utazás alatt igényeik olyan tevékenységekre korlátozódnak, melyek nem kívánnak semmiféle fizikai aktivitást. Azonban az elmúlt pár évben megjelent egy olyan szemlélet, mely szerint a fogyasztói társadalom számára szükségessé vált egy új, alapjaiban különböző életmód kialakítása és ennek elengedhetetlen lépcsőfoka a fizikai teljesítőképesség fejlesztése, határainak feszegetése. Erre ad kiváló lehetőséget néhány alternatív turisztikai termék, mint például az aktív turizmus és azon belül a kalandturizmus (Michalkó, 2002).

A kutatásunk legfőbb célja az volt, hogy kérdőíves megkérdezéssel igazoljuk a következő feltevést: Magyarországon van lehetőség az aktív és a kalandturizmus keretein belül izgalmas élményszerzésre megfelelő színvonal és minőségi körülmények között, szem előtt tartva a fenntarthatóság szempontjait, és erre kiváló lehetőséget adnak a hazai kalandparkok.

**Irodalmi áttekintés**

Az aktív turizmus számos definíciójával találkozhatunk különböző szakkönyvekben. Az egyik ilyen fogalom szerint „aktív turizmus alatt értendő minden olyan turisztikai tevékenység, amelyben az egyén élményszerzési célból eredő, nem rutinszerű mozgása a mindennapi térpályán kívül eső térben költésével egybekötve valósul meg” (Michalkó, 2002). Az aktív turizmus számos formájával találkozhatunk, mint például a kerékpározás, a természetjárás, a lovaglás, a vízi turizmus, vagy a horgászat. Nem szabad megfeledkeznünk azonban arról, hogy az aktív turizmus nem mindig különíthető el egyértelműen egyes más turisztikai ágazatoktól transzdiszciplináris volta miatt. Az aktív turizmusban nincs erőteljesen jelen a versenyszellem, valamint a teljesítményjavulás nem mutatkozik meg elvárásként. A tipikus aktív turista egy jó fizikai kondícióval és egészségi állapottal, valamint pénzügyi biztonsággal rendelkező egyén, akinek a játékosság viszonylag domináns ismertetőjegye (Sulyok és Magyar, 2014).

Világszerte egyre népszerűbbek az aktív turisztikai szolgáltatások, azokon belül is a kalandturizmushoz köthetőek (Carnicelli-Filho et al. 2010). Világszinten a kalandturizmusból származó bevételek 2013-ban elérték a 263 milliárd dollárt (Sato et al. 2016). A kalandparkok egyfajta speciális tematikus parknak tekinthetők (Jónás-Berki, 2010). Az utóbbi években Magyarországon is számos fejlesztést indítottak, hogy kibővítsék a hazai kínálatot, így például új extrém sportpályák, kaland- és egyéb témaparkok (Puczkó és Rácz, 2002), illetve kerékpárutak épülhettek, külön tekintettel arra, hogy ne csak a főszezonban érkező turisták élvezhessék ki ezeket a szolgáltatásokat. Bár a kereslet növekvő tendenciát mutat, a turisták további ösztönzése indokolt, hiszen sokan anyagi okok és időhiány miatt elzárkóznak az aktív turizmusban való részvételből (Vízi, 2005).

A kalandpark olyan speciális tematikus park, amely ötvözi a sportpályák és vidámparkok egyes vonásait, és természetes környezetben mesterségesen kialakított attrakcióval nyújt élményt vendégeinek nemtől és kortól függetlenül. Kialakulásának okai egyes, a társadalmi életstílusban bekövetkezett változások voltak, mint például a növekvő egészségtudatosság. A kalandparkok hasznossága vitathatatlan, hiszen számos készség fejlesztését elősegítik. A pályák teljesítése javítja a mozgáskoordinációt, erősíti a statikus és dinamikus izmokat, fejleszti többek között a figyelmet, az állóképességet és a fizikai erőnlétet is (Bóka et al. 2014). Bár a részvétel ezeken az akadálypályákon igényel némi bátorságot és ügyességet, alapvetően az átlagos testi és szellemi adottságokkal rendelkező vendégek szintjéhez alakították ki őket, és semmi féle előképzettséget nem igényelnek.

A kalandparkokban találkozhatunk különféle nehézségi fokozatú akadálypályákkal, többnyire két nagy csoportra bontva; gyermek, illetve felnőtt pályák. Egy-egy akadálypálya több, a fákra különböző magasságokban felerősített platformok közé kifeszített akadályból áll.

1. táblázat. *A magyarországi kalandparkok száma turisztikai régióként*

Turisztikai régió (1)	Kalandparkok száma (2)	Országos viszonylatban % (3)
Budapest-Közép-Dunavidék	16	23%
Nyugat-Dunántúl	12	17%

Észak-Magyarország	10	14,50%
Dél-Alföld	10	11,50%
Balaton	8	11,50%
Közép-Dunántúl	6	8%
Észak-Alföld	6	7%
Dél-Dunántúl	3	4%
Tisza-tó	1	1%

Table 1. The number of Hungarian adventure parks per tourism region  
(1) Tourism region, (2) Number of adventure parks, (3) Domestic%

A magyarországi turizmusfejlesztés keretien belül divatosá vált kalandparkokat építeni, az elmúlt években számos beruházás valósult meg. Napjainkban hazánk már olyan nagyszámú és változatos kalandparkokkal rendelkezik, hogy a választás közülük nehéznek bizonyulhat. A turisták döntési helyzetét könnyíthetik egyes internetes cikkek és közösségi oldalak, ahol a kalandparkokat véleményezik, vagy rangsorolják.

Országos szinten a legtöbb kalandpark a Budapest-Közép-Dunavidék turisztikai régióban épült (23%). (Lásd 1. táblázat) Ezt indokolhatja a tény, hogy Magyarország egyik legfontosabb turisztikai desztinációjáról beszélünk, ahol 2015-ben az összes külföldi vendégéjszakák 59,7%-a realizálódott. Közre játszhat a kedvező földrajzi adottság is, hiszen az Alföldön körülményesebb látványos kalandparkot kialakítani, mint domb-, és hegyvidékeken.

A domborzat szintén ideális a harmadik helyen álló Észak-Magyarországi turisztikai régió hegyvidékein, ahol az ország kalandparkjainak 14,5%-át találjuk. A Nyugat-Dunántúli turisztikai régióban, mely a második helyet foglalta el a rangsorban, feltételezhetjük, hogy a turizmusfejlesztés egyik stratégiája a nyugatról érkező turisták változatos igényeinek való megfelelés.

### Anyag és módszer

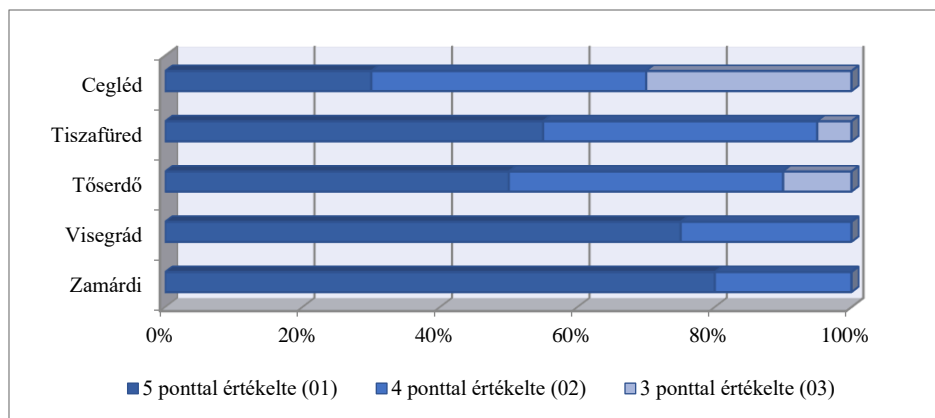
A kutatás során öt kalandparkot (Ceglédfürdő Kalandpark, Kalandsziget-Tiszafüred, Töserdei Kalandpark, Visegrádi Fun Extreme Canopy, Zamárdi Kalandpark) választottunk ki és látogattunk meg Magyarországon különböző régióiból, majd mind az öt helyszínen megkértünk húsz-húsz látogatót, hogy válaszoljanak a kérdőívben feltett kérdésekre az adott kalandparkkal kapcsolatban.

A kérdőívek kiértékeléséhez Microsoft Office programcsomagot használtunk.

### Eredmények és értékelésük

Kérdőív segítségével tudakoltuk, hogy mi a véleményük a látogatóknak a szolgáltatások színvonaláról, a személyzet segítőkészségéről, a parkolási lehetőségekről, a megközelíthetőségről, a biztonságról, az ár-érték arányról, stb... Az eredmények közreadásánál helyhiány miatt azonban nem ismertetjük minden egyes kalandpark esetében, hogy az egyes kérdésekre milyen válaszok érkeztek. Kérdőívünk kérdései közül így csak az összbemérésre vonatkozó kérdést emeljük ki, vajon egy 5-ös skálán hány pontot adnának végül arra, hogy mennyire voltak megelégedve a tapasztaltakkal. (Lásd 1. ábra). A Zamárdi kalandparkkal voltak a leginkább megelégedve a látogatók, a válaszadók majd 80%-a a maximális pontszámot adta valószínűleg a kiemelkedő számú szolgáltatásnak, a látványos kialakításnak és a saját étteremnek köszönhetően. Zamárdi esetében nem volt 3-as osztályzat sem.

A Visegrádon található kalandparkkal szintén igen elégedettek voltak a látogatók, mert 75% a maximális ponttal értékelte az elégedettségét, itt sem akadt 3-as, vagy annál gyengébb pontszám. Visegrád erősségei között a látványos panorámát, és az igényes parkolót lehet megnevezni. Az elégedettségi rangsorban Tiszafüred kalandparkja zárt a harmadik helyen, igaz esetükben már megjelent a 3-as pontszám is (5%). De a látogatók több mint fele (55%) így is a maximális pontszámot adta. A pozitív vélemények valószínűleg köszönhető az egyedi elhelyezkedésnek (sziget), a hangulatos palló útnak, az óriás csúszópályának és a saját étteremnek. A magas elégedettségi szintet az is bizonyítja, hogy a kérdőívet kitöltők közel fele (20 főből 8) már nem először volt a kalandpark vendége. A Töserdön található kalandpark vendégei közül 48% 5 ponttal, 38% 4 ponttal, míg 14% 3 ponttal értékelte összességében a kalandparkot. A ceglédi kalandparkban is lehet pozitívumokat megnevezni, például egyedinek tűnhet, hogy egy tó felett is át lehet csúszni, és közel van a fürdőhöz is. Esetükben a leggyakoribb válasz a négyes osztályzat volt (50%), a második leggyakoribb válasz a mindennel elégedettek 35%-t tettek ki és 15% adott 3 pontot.



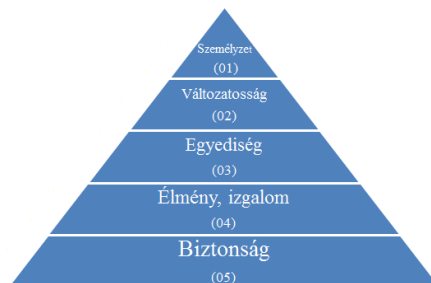
1. ábra. A kalandparkok összesített értékelése a látogatók véleménye alapján

Figure 1. Overall rating of adventure parks based on visitors' opinions

(1) Scored 5 points, (2) Scored 4 points, (03) Scored 3 points

A vizsgálat során öt fő tényezőt azonosítottunk, melyek a kalandparkok sikeréhez kulcsfontosságúak, és amelyek piramisszerűen építkeznek egymásra (Lásd 2. ábra). A piramis alapja a biztonság, hiszen a vendégek bizalmi alapon lépnek be a park területére, hisznek abban, hogy a pályák állapota és a biztonsági felszerelés minősége megfelelő a balesetek elkerülésére. Bár a kalandkeresők veszélyes sportokat űznek, emlékezetes pillanatok csakis kellő óvatossággal keletkezhetnek. A következő lépcsőfok maga a park nyújtotta élmény, amelynek egyedinek és változatosnak kell lennie annak érdekében, hogy ne váljék belőle tömegtermék. Kalandparkok egész Magyarország területén jellemzőek, így ma már nem a kalandpark maga, hanem annak kuriózuma lesz a vonzó tényező. A személyzet attitűdje, szakértelme minden szolgáltatás értékesítésekor lényeges, azonban nem ez a legmeghatározóbb tényező.

A siker érdekében szintén kiemelkedően fontos a park kialakításakor életkor alapján azonosítani a célcsoportot. Míg egyes kalandparkok (pl. Zamárdi Kalandpark) igyekeznek minden korosztályt megcélózni különböző méretű pályáikkal és kiegészítő szolgáltatásaikkal, addig mások kimondottan a kisgyermekes családok, vagy éppen a kalandvágyóbb felnőttek figyelmét szeretnék felkelteni.



2. ábra. A legfontosabb tényezők a kalandparkok sikeréhez

Figure 2. The most important factors for the success of adventure parks

(1) staff, (2) diversity, (03) uniqueness, (04) experience, excitement, (05) safety

A vizsgált kalandparkokban a kérdőívet kitöltők többsége (83%) 14 és 25 év közötti volt. A 25 év feletti alacsony aránya azonban aggodalomra ad okot. Mivel az aktív kikapcsolódás jelentős szerepet játszik mind a fizikai, mind a szellemi egészség megőrzésében, annak igényét érdemes a 25 év felettekben is tudatosítani. Nem szabad azonban elfeledkeznünk a fiatalabb generáció figyelmének fenntartásáról sem. Ez legegyszerűbben folyamatos újításokkal érhető el.

### Következtetések

A kutatásunk során megállapítottuk, hogy Magyarországon van lehetőség az aktív és a kalandturizmus keretein belül izgalmas élményszerzésre és erre kiváló lehetőséget adnak a hazai kalandparkok, habár előfordul, hogy helyenként (kiváltképp a kisebb, falusi parkokban) a minőség fejlesztésre szorul.

Mivel a kalandparkok meglátogatása nem csupán az aktív és a kalandturizmust, de az egészségturizmust is kiegészíti, azok marketing stratégiájának erősítése indokolt lehet a népesség minőségi szabadidőtöltése érdekében. A parkok nagyobb ismeretségre tehetnek szert például tehetségkutató műsorok szponzorálása által. Továbbá

hirdetőtáblák nagyobb városokban (akár a határainkhoz közeli külföldi városokban is) történő elhelyezése is hasznosnak bizonyulhat. Sokan nem ismerik még, milyen nagyszerű kalandokat rejtenek ezek a pályák és talán csak a megfelelő csatorna hiányzik ahhoz, hogy érdeklődésüket felkeltsék.

### Összefoglalás

Az elmúlt évtizedek során a turizmus sokrétű változáson ment keresztül, a differenciálódó kereslethez igazodott a kínálat is, így számos új turizmusforma jelent meg. Hazánkban a kalandparkok első létrehozására az 1990. évi rendszerváltás adott lehetőséget, majd a következő években, évtizedekben számuk egyre növekedett így például 2017 tavaszán már 72 kalandpark volt Magyarországon. A kalandparkokra való igényt számos tényezővel lehet magyarázni, például az új típusú szolgáltatásokra való igény főleg a fiatalabb korosztályok esetében vagy az egészségmegőrzés iránti vágy.

Jelen tanulmányunkban 5 különböző turisztikai régióból választott egy-egy kalandpark (Ceglédfürdő Kalandpark, Kalandsziget-Tiszafüred, Tóserdei Kalandpark, Visegrádi Fun Extreme Canopy, Zamárdi Kalandpark) példáján keresztül mutattuk be, hogy az adott kalandparkba látogatók hogyan értékelik a kalandparkokat, azok szolgáltatásait, továbbá mit gondoltak mindezek ár-érték arányáról, továbbá vajon mekkora távolságról érkeznek a látogatók. A kalandparkok közül Zamárdiba érkeztek a legtávolabbi településekről: szignifikáns volt a több mint 200 kilométerről érkezők száma is.

**Kulcsszavak:** turizmus, kalandpark, turisztikai régiók

### Köszönetnyilvánítás

Ez úton szeretnénk megköszönni a kutatásban, felmérésben résztvevő kalandparkok támogató segítségét. A tanulmány az EFOP-3.6.1-16-2016-00006 „A kutatási potenciál fejlesztése és bővítése a Pallasz Athéné Egyetemen” című pályázat támogatásával jött létre.

### Irodalom

- Bóka F. – Lehmann D. A. – Dorka P. – Borkovics M.: 2014. Indoor-outdoor elmélet és gyakorlat. Digitalizált tananyag. Szegedi Tudományegyetem, pp. 38-39
- Carnicelli-Filho, S. – Schwartz, G. M. – Tahara a. K.: 2009. Fear and Adventure Tourism in Brazil. *Tourism Management* 31 (6): 953-956.
- Jónás-Berki M.: 2010. Tematikus parkok a turizmus rendszerében. Kalandparkok modellje induktív szemléletben. PhD-értekezés. Pécsi Tudományegyetem.
- Michalkó G.: 2002. Az aktív turizmus elméleti megközelítése. In: *Aktív turizmus* (Szerk.: Dávid Lóránt) Didakt Kft., Debrecen, p.137
- Puczkó L. – Rátz T.: 2002. A tematikus park mint turisztikai attrakció. – *Turizmus Bulletin*, 1. szám, [http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus\\_Bulletin/02\\_01/SZ6.HTM](http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/02_01/SZ6.HTM)
- Sato, S., *Journal of Destination Marketing & Management* (2016), <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.12.003>
- Sulyok J. – Magyar Zs.: 2014. Az aktív turizmus helyzete Magyarországon. In: *Turizmus Bulletin*, XVI. évfolyam/3-4. szám, pp.15-26
- Vizi I.: 2005. A magyar lakosság aktív turizmussal kapcsolatos preferenciái és az aktív turisztikai tevékenységek intenzitása. In: *Turizmus Bulletin*, IX. évfolyam/4. szám, pp.30-40

## Adventure park as tourism products

### Abstract

Tourism has changed a lot during the last decades, demand and supply had an effect to each other, many new tourism forms developed. Creating adventure parks were possible after the changing of the regime in 1990 in Hungary; their number had been growing during the next years and decades. 72 adventure parks existed in the spring of 2017 in Hungary. Demand on new tourism supply mainly among young generations and health preserving could be the two most important causes of their growing number.

Our aim to present five different adventure-parks (Ceglédfürdő, Tiszafüred, Tóserdő, Visegrád, Zamárdi) as examples from five different tourism regions; to investigate the opinion of the visitors about the supply of the given adventure-park, about the price-to-value ratio, and about the attraction zone of the given adventure park. Zamárdi received visitors from the furthest settlements, more than 200 kilometres proved to be significant.

**Keywords:** tourism, Adventure Parks, tourism regions

## A VIDÉKI GASZTROTURISZTIKAI FESZTIVÁLOK IDŐVONALA – AVAGY AZ ÉLMÉNYTARTALOM VÁLTOZÁSA

KÓRÓDI Márta<sup>1</sup> – BAKOS Róbertné<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Neumann János Egyetem Gazdálkodási Kar, Szolnok, korodi@szolf.hu

<sup>2</sup> Neumann János Egyetem Gazdálkodási Kar, Szolnok, bakosne@szolf.hu

### Bevezetés



A fesztiválkultúra bölcsőjének a gasztronómiai jellegű fesztiválok tekinthetők, jelentőségüket alátámasztja, hogy az ezredfordulótól több tematikus év is kapcsolódott a fesztiválokhoz, amely egyrészt a rendezvénykultúra kialakulását, megerősödését, színesedését támogatta, másrészt diverzifikálódását és differenciálódását eredményezte mind a programok, mind a célközönség tekintetében. Különösen a gasztrofesztiválok funkciói között kap jelentős hangsúlyt a helyi lakosság szórakozási, szabadidő eltöltési lehetőségeinek biztosítása és bővítése, a passzív szemlélőből, résztvevőből aktív részessé, szereplővé válása, ugyanakkor a rendezvények turisztikai szerepe is többszintű. A programelemek változása keresleti, vagy kínálati hatást jelezhet, származhat a szervezőktől, vagy a környezet összetevői is módosíthatják. A befolyásoló külső tényezők közül a fesztiválminősítést, a belső tényezőket tekintve a program választékosságát és változatosságát vizsgálja a tanulmány arra keresve a választ, hogy az állandó, vagy a változó programösszetétel a jellemzőbb-e. Az eredmények mind a településmarketing, mind a turisztikai élménytervezés számára a fejlesztések tekintetében gyakorlati megfontolásul szolgálhatnak.

### **Irodalmi áttekintés**

Mint minden ország vendéglátó szolgáltatói, a magyarok is azt vallják, hogy a gasztronómia az egyik meghatározó része „magyar élménynek” (Gergely, 2000). A gasztronómia megjelenik a turisztikai szuprastruktúra által nyújtott szolgáltatásként és az attrakciókínálat részeként is. A gasztroturizmus önálló termék, vagy komplex termékek termékeleme (Horváth et al, 2015). Önálló termékként kínálható programok között szerepelnek többek között a fesztiválok, fűzőversenyek (Fehér-Kóródi, 2007).

A fesztivál fogalma igen tág a Magyar Fesztivál Szövetség (MFSZ) meghatározása alapján, vagyis térben és időben koncentrált, előre meghirdetett, közös elnevezés alatt futó, legalább egy napos, gyakran több műfajt felölelő szabadidős rendezvény sorozat, amely közös érdeklődésű emberek látogatását várja. Fesztiválok a résztvevők témaközösséget meghatározó programelemek szerinti alaptípusai közé tartozik a reprezentatív fesztivál (területi lehatároltság), az emlékünnepek jellegű fesztivál, a tematikus fesztivál, a szegmensspecifikus fesztivál (Bowdin et al., 2006). Egy település rendezvény-kínálata egyben a település önmeghatározása is, rendezvényei, a fesztiválstruktúra a település arculatának szerves része (Sulyok, 2010).

Minősítést csak kevés gasztrofesztivál szerzett és tartott meg, főként az előírt minimális időtartam és a látogatószám miatt, pedig nagyobb eséllyel kaphatók pályázati támogatások a minősített rendezvényekre. A regisztrációs lap adattartalma (MFSZ, 2014) módosult, nagyobb szerepet kap a szervezeti tagság, mint garanciát és részbeni minőségbiztosítást nyújtó elem. A legjelentősebb változás a műfaji besorolás bővülése, valamint az újként bekerült, piacutatóról szóló kérdés.

A fesztiválturizmus közvetlen hatásai megnyilvánulnak mind a keresletben, mind a kínálatban. A keresleti jellemzők között az élmények vannak a középpontban. Az élményközpontú motivációk (élményigények: izgalom, kaland, új ismeretek, készségek, esztétikum, együttlét, társaság, újdonság, egzotikum, tényleges, vagy észlelt veszély) (Rácz, 2009) adják a fesztivállátogatók keresletének alapját, amelyek az élmények aktív fogyasztására, vagy passzív befogadására készítetnek. A kínálatban is az élmény a fontos, amely jellegétől, minőségétől, intenzitásától függően az erősen kompetitív piacon is tudatos tervezéssel párosulva versenyelőnyt jelenthet (Stamboulis et al. 2003). Előnyként vehető számításba, hogy közeli és biztonságos uticélt jelentenek a közösségi élményre vágyó résztvevők számára, az erőforrások koncentrállhatók, a közös élményteremtés folyamata indukálódhat (Zátori, 2014).

A fesztivál, tehát élménygazdasági termék, mivel alkalmas élmény nyújtásra és értékesíthető, képes bevételt generálni közvetlenül a kulturális és a turisztikai szférában is, közvetetten pedig arculatformáló tényezőként indukál újabb turistaérzéseket.

### **Anyag és módszer**

A kutatás arra a kérdésre keresi a választ, hogy milyen statikus és dinamikus jellemzőkkel rendelkeznek a hazai gasztrofesztiválok három év programválasztékának elemzése alapján abból a jelenségből kiindulva, hogy 2010 és 2017 között jelentősen csökkent a minősítéssel rendelkező gasztrofesztiválok száma és aránya is a minősített fesztiválok között (MFSZ, 2017). Külső okként a minősítési eljárás, belső okként a programtartalom feltételezhető. Az elemzés első lépése a minősítési követelmények teljesíthetőségének prominencia vizsgálata, a 22 követelmény 22 prominenssel történő értékelése ötfokozatú skálán (n=484). A második szakaszba 22 hazai fesztivál három éves rendezvényének értékelése egy négyfokozatú skálán, melynek eredményeként az évenkénti tartalmi pozíciót és az állandó elemek arányát, majd a két szélső év közötti változását kaptuk meg egyszerű, leíró statisztikai módszerek alkalmazásával.

### **Eredmények és értékelésük**

2010-ben a 262 regisztrált fesztivál 18%-a volt gasztronómiai műfajú, a minősített 98 fesztivál közül 16 gasztronómiai fesztivál (16,3%) rendelkezett minősítéssel. A MFSZ honlapján szereplő 2017. évi lista alapján ezek közül csak 48 azonosítható be egyező, vagy hasonló névvel. A fesztiválok között feltűnően csökkent a gasztronómiai jellegű fesztiválok aránya, 2017-ben csak 13,8% gasztronómiai jellegű szerepel a regisztráltak

között, amiből csak egy minősített és egy eljárás alatti rendezvény volt. Míg a regisztráció ténylegesen egyszerűsödött, a minősítőlap 22 kérdése változatlan, külön elvárások vonatkoznak 14 szempont esetében a gasztfesztiválokra. A vizsgálat arra vonatkozott, hogy mi lehet az oka a gasztfesztiválok minősítési szándéka elmaradásának, mely követelmények teljesítése lehetnek a korlátai. A 22 szempontot többnapos rendezvényt feltételezve ötfokozatú (jól teljesíthető az egész rendezvény alatt, teljesíthető az egész rendezvény alatt, jól teljesíthető egy napra koncentrálva, teljesíthető egy napra koncentrálva, nehezen teljesíthető még egy napon is), csökkenő skálát alakítva bírálta 22 pártatlan szakmai prominens, akik nem érdekeltek a minősítésben, de szakmai tapasztalatuk jelentős. Értékelésüket az 1. táblázat szemlélteti.

1. táblázat A gasztfesztiválok minősítési korlátai (n=484)

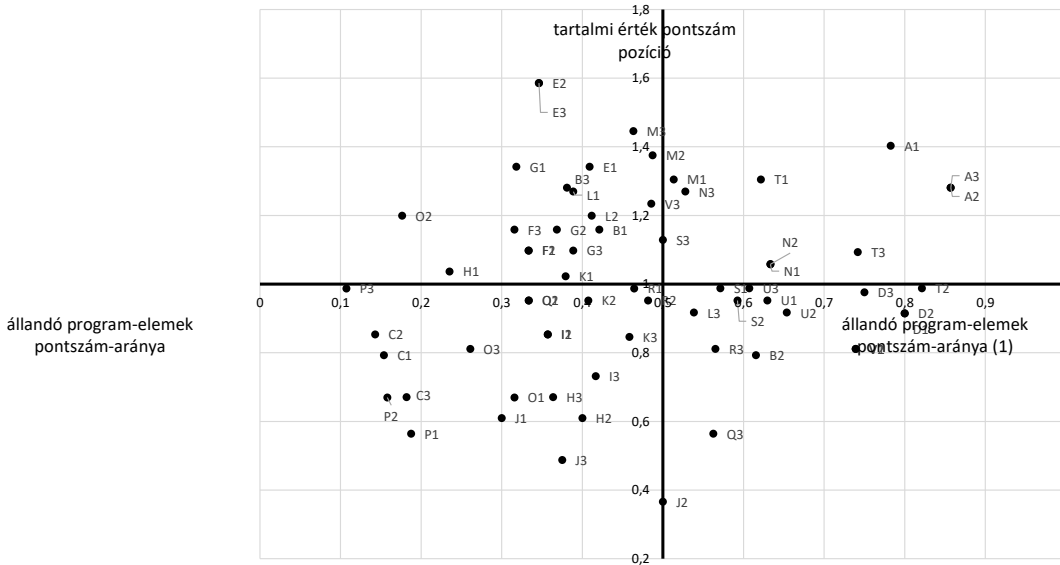
A fesztivál- minősítési szempontok (1)	Teljesíthetőség (2)					átlag (3)
	könnyen és jól teljesíthető az egész rendezvény alatt (db)	teljesíthető az egész rendezvény alatt (db)	jól teljesíthető egy napra koncentrálva (db)	teljesíthető egy napra koncentrálva (db)	nehezen teljesíthető még egy napon is (db)	
Egyediség	16	5	1	0	0	<b>4,68</b>
Tervszerűség, megbízhatóság	7	8	6	1	0	<b>3,95</b>
Hangulat	6	8	8	0	0	<b>3,91</b>
Technikai adottságok	6	9	5	2	0	<b>3,86</b>
Nemzeti érték	6	8	4	4	0	<b>3,73</b>
Környezettudatosság	6	7	5	4	0	<b>3,68</b>
Helyszíni tájékozódás	6	7	5	4	0	<b>3,68</b>
Programszerkezet	4	6	10	2	0	3,55
Helyi beágyazottság	4	5	9	4	0	3,41
Szellemi kötődés	3	5	9	5	0	3,27
Életminőség programok	2	5	12	3	0	3,27
Előadók, közreműködők	2	5	10	5	0	3,18
Közönség képzése	2	3	12	5	0	3,09
Környező térség megismerése	2	3	11	6	0	3,05
Újító hajlam	3	3	7	6	3	<b>2,86</b>
Kommunikáció	2	8	2	4	6	<b>2,82</b>
Szakmai találkozók	0	1	16	5	0	<b>2,82</b>
Szolgáltatások	3	4	9	4	2	<b>2,82</b>
Társadalmi beilleszkedés, esélyteremtés	1	3	7	9	2	<b>2,64</b>
Helyszínek	1	3	5	8	5	<b>2,41</b>
Nemzetközi jelenlét	0	4	5	7	6	<b>2,32</b>
Településfejlesztés	1	2	3	9	7	<b>2,14</b>

Table 1. Qualification Limits of Gastrofestivals

(1) Qualification requirements, (2) Feasibility on five-point scale (3) Average of occurrences

A gasztfesztiválok minősítési követelményeinek átlagos teljesíthetőségéről alkotott prominensi vélemény teljesíthetetlenlenséget a 484 minősítési eset 6,4%-ában jelzett, ami a minősítési szempontok alkalmazhatóságát jelzi. Az egy nap alatt jól teljesíthetőség a vélemények 1/3-ában jelenik meg, a teljesíthetőség további 20%-ban, így megállapítható, hogy a minősítés szempontjából a gasztfesztiválok egy napos rendezvényként jobban helyt tudnának állni, vagyis a többnaposság előírása jelentős korlátot jelent számukra. Megfontolásra javasolható a módosítás a nyomtatott tájékoztatás, a nemzetközi vendégek tekintetében a költségek miatt, a több helyszín bevonása és a fejlesztési tervekben megjelenés pedig a települési sajátosságok miatt.

A második egységben 22 fesztivál 3 évben szervezett rendezvénye került elemzésre a programtartalom és összetétel alapján. A statikus elemzések során évente értékelésre kerültek a fesztiválok az előre kialakított programelem-csoportok (22 db) megléte és tartalmi gazdagsága alapján négyfokozatú skálán, majd az átlagos program-értékhez viszonyítva a tartalmi pozíció meghatározható volt. Az értékelés után beazonosításra kerültek a három év során állandó programelemek és ezek értékének aránya az összértékhez viszonyítva. A statikus vizsgálatok eredményét az 1. ábra összegzi.



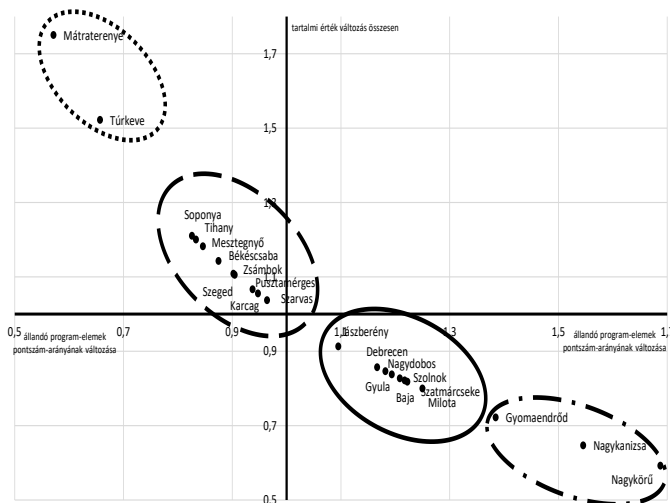
Jelmagyarázat (3): a betűk a 22 fesztivált jelölik, a mögöttük lévő szám a három időszakot a régebbtől növekvő sorrendben.  
1.ábra Gasztrofesztiválok az állandó programelemek és az élménytartalom alapján

Figure 1. Gastronomic festivals based on constant program elements and experience content

(1) ratio of constant program elements , (2) content value position (3) Legend: letters indicate the 22 festivals, the number behind them indicate the period from the earliest

A koordináta-rendszer negyedei különböző jellemzőjű fesztiválokat fognak közre. Az első negyedben szereplők egyrészt gazdag tartalmat, másrészt állandó programkínálatot nyújtanak, két tipikus képviselője a csoportnak (A és N jellel) mindhárom vizsgált évben ide tartozva a Nemzetközi Mézvásár és Méhésztalálkozó Jászberényben és a Gardafesztivál Tihanyban. A második negyed fesztiváljai az élménymenedszment szempontjából a legértékesebbek, mert változatosak, viszonylag alacsony az állandó elemek aránya, ugyanakkor tartalmaznak rendezvényeket. Mindhárom évet tekintve ide került a Mésztegyői Rétesfesztivál és Falunap (E), valamint a Nemzetközi Szilvalekvárfőző Verseny Szatmárcsékén (G). A harmadik negyed képviselői annak ellenére, hogy változó programokat szerveznek, átlag alatti tartalmi minősítést kaptak, egy-egy éven belül kellene szélesíteni a programkínálatot ahelyett, hogy évente változtatják, például a Debreceni Pulykanapok (C) és a Palacsinta Fesztivál Mátraterenyéről (P) tartozik ide. A negyedik negyedben helyet foglalóknak több fantáziára, ötletre lenne szükségük, mert magas az állandó program-arányuk, de alacsony a tartalmi érték (élmény) pozíciójuk, amit az állandóság és a sok sztárfellépő is eredményezhet. Ilyen rendezvény az értékelés szerint a Nemzetközi Tiszai Halfesztivál, Szegeden (D), de ide tartozik minden évben a Karcagi Birkafőző Fesztivál (U) is.

A dinamikus vizsgálat a legfrissebb statikus adatokat a legkorábbiakkal hasonlítva rendezi egy újabb koordináta-rendszerbe (2. ábra), ahol négy csoport határolható körbe.



2. ábra. Gasztrofesztiválok az állandó programelemek és az élménytartalom változása alapján

Figure 2. Gastrofests Based on Changes of Constant Program Elements and Experience Content

(1) X axis: change of ratio of constant program elements , (2) Y axis: change of content value position

Az első csoportban (folytonos körvonal) csökken az élménytartalom, ugyanakkor növekszik az állandó elemek aránya. Az ide tartozó fesztiváloknak az ellaposodás, sablonosodás ellen kell küzdeni a jövőben, mindamelllett a rutin nagy biztonságot ad számukra. Halmozott problémát jelez három esetben a pont-vonal változásával határolt külön csoport. A másik fő csoport (szaggatott körvonal) jelenti a sikeres élményfesztiválokat, ahol az állandó programok aránya csökken, miközben a fesztivál élménytartalma nő. Két fesztivál élménytartalom növekedése a legnagyobb és ezek egyben a legváltozatosabbak is (pont körvonal). Az előbbi megújult, míg az utóbbi az életciklus elején jár. A csoportok belső elemzése alapján beigazolódott, hogy nagyobb arányban állandóak a regionális hatókörű gasztrofesztiválok programjai, mint a lokális fesztiváloké, az első csoportban nagyobb arányban szerepelnek a regionális hatókörűek.

### **Következtetések**

A gasztronómiai eseménymenedzsment a turisztikai élménymenedzsment egy sajátos formájaként a helyi lakosság számára és az épp helyben tartózkodó turisták számára is kellő vonzerővel bír. Az élmény létrehozása szempontjából az élménybázis rendelkezésre áll, többnyire csak az esemény lebonyolításnak biztosított helyet jelenti. Az élménygenerálók töltik be azt a funkciót, hogy ugyanabból a főtérből, alkalmanként úrbéli, vagy középkori környezetet varázsoljanak. Az eseményfejlesztőknek azonban dönteniük kell, hogy markáns arculatú, de szűkebb célközönségű, vagy általánosabb programválasztékkal rendelkező, szélesebb látogatókört célzó rendezvényt állítanak-e össze. Mindkét esetben - különösen amiatt, mert a gasztronómia tipikusan ember alkotta vonzerő - az attrakció menedzselése is a kialakítás szerves része.

## Összefoglalás

A rendszeresen visszatérő rendezvények forgatókönyve évente adaptíven alkalmazkodik az aktuális környezeti feltételekhez, figyelembe veszi egyes elemek hangsúlyosabb voltát. A gasztrofesztiválokra vonatkozó vizsgálat feltételezi, hogy a legalább regionális vonzerővel rendelkező rendezvények az „inkább állandó” tartalmi jellemzőkkel bíró kategóriába tartoznak, vagyis kisebb a változó elemek aránya a programban. Míg a hasonlóan hosszú ideig fennmaradt lokális rendezvények az „inkább változó” tartalmi jellemzőkkel bíró kategóriába tartoznak, ahol nagyobb a módosult vagy új elemek aránya. A megfigyelt rendezvények jellemzőit paraméterekké alakítva, azokat adatbázisba rendezve, egyrészt az egyezőségek és a különbözőségek megállapítására, az összefüggések feltárására, az élménytartalom értékelésére és a javaslatok megtételére nyílik lehetőség statikus és dinamikus elemzések során.

**Kulcsszavak:** eseménymenedzsment, élménymenedzsment, gasztroturizmus, attrakció fejlesztés

## Köszönetnyilvánítás

A tanulmány az EFOP-3.6.1-16-2016-00006 „A kutatási potenciál fejlesztése és bővítése a Pallasz Athéné Egyetemen” című pályázat támogatásával jött létre.

## Irodalom

- Bowdin - Allen – O'Tolle - Harris- McDonnell: 2006. Event management, Butterworth- Heinemann, Bangalor, India 3-7.p.  
Fehér I.- Kóródi M.: 2008 A vidéki turizmus fejlesztése. Szaktudás Kiadó Ház. 82-94.  
Gergely A. : 2000. Magyar Kóstoló, Vince kiadó Kft.  
Horváth Zs. - Sánta F. - Kóródi M.: 2015. A szolnoki Gulyásfesztivál szerepe Szolnok város turizmusában és vendégkörének változása *Economica*, VII. 2. 57-64.  
Sulyok J. : 2010. A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai In.: Turizmus Bulletin XI. 3. 23-27..  
Rác T. : 2009. Élmények, Fesztiválok, Turizmus. In: Fesztiválok éve 2010 Szakmai Konferencia Magyar Fesztivál Regisztrációs és Minősítési Program, Magyar Fesztivál Szövetség, <http://www.fesztivalregisztracio.hu/> (letöltés dátuma: 2017.08.14.)  
Stamboulis Y.- Skayannis P.: 2003. Innovation strategies and technology for experience-based tourism *Tourism Management*, Volume 24, Issue 1, Pages 35-43  
Zátori A. : 2014. Élményszemlélet a turizmusban. A turisztikai élményteremtés koncepciói. *Turizmus Bulletin* XVI. 2. 51-63.

## Timeline of Rural Gastrofestivals - or Change of Experience Content

### Abstract

The regularly recurring events scenario conforms adaptively to the given environmental conditions each year, it takes into account the emphasis of some elements, considering consumer habits. The study explores the changes in the content of rural gastrofests that have been regularly organized in recent years. The study assumes that events in rural areas recurring and having at least regional attractiveness belong to the category of "rather invariable" that means the proportion of variable elements within the program is low. While similarly the local events having long been in existence belong to the category of "rather variable" with more modified or new element proportion. *By arranged to the database the characteristics of the observed events converted parameters an opportunity presents itself to determine sameness and differences on the one hand, to explore the correlations and to evaluate the experience contents during the static and dynamic analysis.*

**Keywords:** event management, experience management, gastro-tourism, attraction development

## A TURISZTIKAI SZERVEZETEK KOMMUNIKÁCIÓJA A DIGITÁLIS KORBAN – AVAGY TELEPÜLÉSFEJLESZTÉS „OKOSAN”

PÁSZTOR Márta Zsuzsanna<sup>1</sup> – BÉRES-VIRÁG Ágnes<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Szent István Egyetem, Gödöllő, Pasztor.Marta@gtk.szie.hu

<sup>2</sup> Szent István Egyetem, Gödöllő, Virag.Agnes@gtk.szie.hu

## Bevezetés

A 20. század második felére kialakult a modern turizmus. Az ágazat gazdasági szerepe fokozatosan növekedett, napjainkra az egyik legdinamikusabban fejlődő gazdasági ágazattá vált (Mundruczó et al., 2010). Az elmúlt évtizedekben folyamatosan emelkedett a turisták száma, az ágazatból származó bevételek mértéke, illetve a foglalkoztatásban is egyre markánsabb szerepe van a turizmusnak. A teljesítménynövekedés mellett az ágazat működésében egyre meghatározóbb szerepe lett a különböző technológiai újításoknak is, amelyek jelentősen átalakították a turizmus gyakorlati működését, illetve újabb és újabb innovációs lehetőségeket nyújtott és nyújt folyamatosan a turisztikai ágazat számára, gondolhatunk itt például az internet vagy az okostelefonok elterjedésére. Világszerte megfigyelhető trend a fenntartható és versenyképes turizmus, amelyhez nélkülözhetetlenek a különböző információs és kommunikációs eszközök használata. Hazánkban az elmúlt években egyre több desztináció menedzsment alapú turisztikai szervezet jött létre, amelyeken belül szintén

meghatározó lehet az új technológiai lehetőségek alkalmazása mind a piaci megjelenés, mind az együttműködések koordinálása esetén.

### Irodalmi áttekintés

A latin eredetű desztináció szó, turisztikai térségként definiálható a legegyszerűbben (Nyirádi-Semsei, 2007). Egy-egy desztináción belül számos turizmusban érdekelt szereplő működik, akik együttesen tudják biztosítani a turisták minél komfortosabb és élményorientáltabb utazását. Ma már a globális és sok esetben rendkívül kiélezett versenyhelyzet miatt nem elegendő csak egy-egy turisztikai terméket, szolgáltatást kiemelni a turisztikai piacon, sokkal inkább egy területen belül sokszínű és komplex kínálatra van szükség a turisták megnyerése végett. A különböző szereplőket szakmai irányítás alatt álló turisztikai szervezetek foghatják össze, amelyek egy-egy desztináció teljes működéséért tevékenykednek. A desztinációs menedzsment alapú turisztikai szervezetek gombamód elszaporodtak hazánk különböző pontjain, viszont sok esetben a pályázati függőség és fenntartási nehézségek bonyolítják a gyakorlati működésüket (Virág, 2017/a). Kutatásunkban arra kerestük a választ, hogy ezen szervezetek sikeres fenntartásában és mindennapi tevékenységében milyen szerepet játszhatnak az újabb technológiai lehetőségek. Véleményünk szerint a turisztikai együttműködések hosszabb távú működésében is nagy segítséget jelentenek a különböző infokommunikációs eszközök, azok számos koordinációs megoldást kínálnak a gyakorlati munka során.

A desztinációs szervezeteknek számos feladatkört kell ellátni, mint például adminisztráció, partnerség kialakítása és fenntartása, pályázatírás, humán erőforrás menedzsment, szakmai segítségnyújtás, marketing tevékenység, de az attrakció- és termékfejlesztés, a projektmenedzsment, a monitoring és a minőségbiztosítás folyamatos fenntartása is komoly kihívásokat jelentenek (Lengyel, 2008). Ebből is látható, hogy nagyon összetett munka egy-egy desztináció turisztikai együttműködését megfelelően koordinálni.

Az infokommunikációs eszközök használata, a mindenütt jelen lévő számítástechnika (ubiquitous computing) jelentősen átalakította a turisztikai piacot, a szereplők mindkét oldalról igénylik és használják a hálózatosodás (e-turizmus), az online információszerzés és a közösségi véleményezés által nyújtott lehetőségeket (Xiang et al., 2015).

Fogyasztói szempontból az IKT eszközök alkalmazása számos előnnyel jár (lásd 1. ábra). Pozitív változást eredményez az utazásszervezésben, hiszen megkönnyíti az információgyűjtést és megosztást (Munar – Jacobsen, 2014; Okazaki et al., 2017); az utazásszervezésben az online vásárlás, valamint az árösszehasonlító oldalak szintén könnyebbséget jelentenek (Dudás et al., 2017); folyamatos élményszerzést biztosítanak, illetve lehetőséget adnak az azonnali élménymegosztásra is.

Az okos eszközök (mobiltelefon, tablet) használata – főként a telepített programok (applikációk) révén – a fenti előnyöket ötvözi és kiteljesíti, egyetlen eszközben tömöríti (Wang et al., 2014), vagyis egyszerre kínál kommunikációs, szórakozási, a tájékozódási lehetőségként.



1. ábra. A modern turista „fegyvertára”/ „Armory” of modern visitor

Forrás: céglogók, saját szerkesztés, 2017.

Az infokommunikációs eszközök turisták és utazók által történő aktív és folyamatos használata turisztikai szolgáltatók oldaláról is változást indukált. A desztináció menedzsment egyes pilléreit (Pike – Page, 2014) érintő elvárás a vonzó környezet online promotálása; nyereséges ipar működtetése versenytárslemeléssel; pozitív látogatói tapasztalatok begyűjtése és megjelenítése; a desztináció „okosítása” a látogató és fogadó közösség támogatásával; szervezeti hatékonyság növelése IKT eszközök bevonásával.

## Anyag és módszer

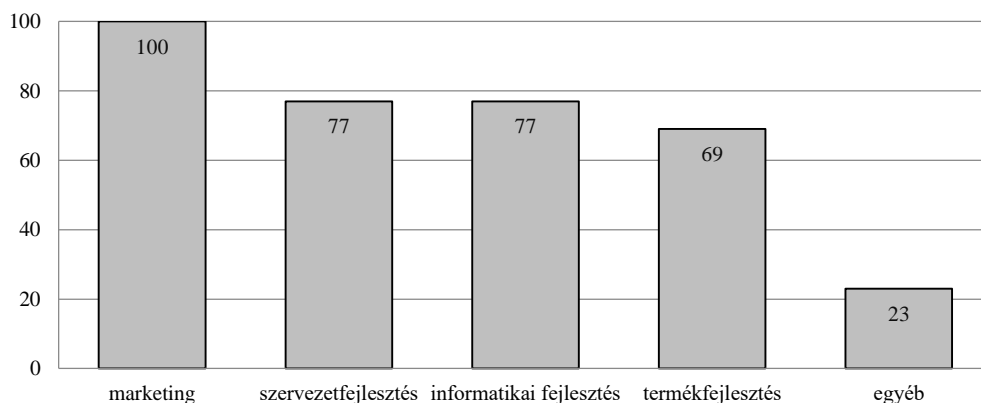
Tanulmányunkban felhasználtuk egy korábbi kérdőíves kutatás adatait (Virág, 2017/a), melynek során vizsgálat alá került a hazai desztinációs szervezetek gyakorlati működése, fenntartási esélyeit valamint fejlesztési lehetőségei. A kutatásban 2015-ben 16 turisztikai szervezet vett részt, az eredmények alapján következtéseket, javaslatokat fogalmaztunk meg.

A fejlődési lehetőségek, lehetséges fejlesztési irányok meghatározásának érdekében szakirodalmi feltárást, illetve a jó gyakorlatok feltérképezését, empirikus értékelését végeztük el.

## Eredmények és értékelésük

A 2015-ös kérdőíves felmérésben vizsgálat alá került, hogy a kutatásba bevont szervezetek hogyan ítélik meg a hosszabb távú fenntarthatóságot. Szakmai szempontból csak részben fenntarthatónak vélik a hazai turisztikai együttműködések, míg pénzügyi viszonylatban már komoly gondokkal kell szembenéznie a desztinációs társulásoknak, azok hosszabb távú fenntarthatóságát a 2015-ös viszonyok alapján fenntarthatatlannak minősítették a válaszadók. Ennek mögöttes okaként feltételeztük a tagdíj-befizetések elhúzását, vagyis mivel a tagdíj nem érkezik meg időben, így fenntartási problémák merülnek fel, ami a hosszabb távú működést elbizonytalanítja. Az eredmények mást mutattak, hiszen a kitöltők 81,25%-nál időben vagy kis késéssel, de befizetésre kerülnek a tagdíjak, azaz ez a tényező nem befolyásolja a gyakorlati tevékenységet egy-egy szervezeten belül.

A kitöltők markáns hányada (94%) élt a pályázati lehetőséggel a 2007-2013 közötti uniós költségvetési időszakban. Leginkább marketing tevékenységre (100%), szervezeti és informatikai (77%), valamint termékfejlesztésre (69%) használták fel az elnyert pályázati támogatásokat (2. ábra). Ez az eredmény is jól mutatja, hogy ezen a téren jelentős hiányosságok jellemezték a hazai turisztikai szektort.



2. ábra. A válaszadó szervezetek pályázati támogatásokból megvalósított tevékenységei 2007 és 2013 között (%) / The activities of organizations carried out from tender applications between 2007-2013 (%)

Forrás: saját szerkesztés, 2017.

A 2015-ös viszonyokat figyelembe véve a válaszadók a három legfontosabb szervezeti feladatok közé sorolta a turizmustörvény megszületését (81%), a kedvezőbb pályázati feltételeket (75%), valamint a kreatív termékfejlesztést (63%).

Megismerve a turisztikai szervezetek véleményét a témával kapcsolatban, felmerült a kérdés, hogy vajon az együttműködések javát adó szolgáltatók hogyan látják az intézményesített társulások gyakorlati működését. A Tokaji Borvidéken belül végeztünk egy kiegészítő kutatást, ahol személyes interjúk által feltártuk a turisztikai szervezetükhöz kapcsolódó észrevételeket, gyakorlati tapasztalatokat, esetleges hiányosságokat (Virág, 2017/b).

Vizsgáltuk, hogy a szolgáltatók milyen motivációk mentén léptek be a turisztikai szervezetbe. A legtöbben az együttműködést (56%), a jobb kommunikációt és koordinációt (33%) remélték leginkább az intézményesített partnerség mögött. Ha az aktuális előnyökről kérdeztük a válaszadókat, akkor meglepő eredményt kaptunk, a megkérdezettek 31%-a semmilyen előnyt nem érez a tagságból, míg ugyanekkora arányban marketing előnyöket érzékelnek. A taggyűléseken való részvételi arány 69% esetében 50% alatti, legtöbben időhiányra és felesleges időtöltésre hivatkozva nem vesznek részt a szervezeti gyűléseken.

Ezek alapján felmértük, hogy a szolgáltatók szerint milyen főbb területek mentén érznek hiányosságokat, vagyis milyen feladatokban szükséges fejlesztéseket vagy lehetőségeket keresni a jövőben. 20%-ban koordinációs, 16%-ban kommunikációs problémákat neveztek meg a kutatásban részt vevők. Összességében az együttműködés erősítésében, a kínálat bővítésében és az infrastruktúra fejlesztésében látják a megoldást hosszabb távon a turisztikai szereplők.

Mind a két felmérés esetében tetten érhető a kommunikációs, koordinációs és termékfejlesztési hiányosság a turizmuson belül, így kifejezetten fontosnak tartjuk, hogy feltárjuk és megismertessük a modern digitális eszközök

által hasznosítható lehetőségeket, amelyek révén csökkenthető a tagi passzivitás, illetve növelhető a szervezeti hatékonyság és biztosítható a hosszabb távú fenntarthatóság is.

Az okos eszközök terjedése indokolja, hogy az egyes desztinációk menedzselésére alkalmazásokat fejlesszenek, vagy egy nagyobb alkalmazás-keretrendszeren belül saját felületet definiáljanak. Az alkalmazások – internetkapcsolat esetén – lehetőséget teremtenek, hogy a különböző forrásokból származó, adott földrajzi egységre vonatkozó naprakész információkat egyetlen felületen jelenítsék meg, a turisztikai szolgáltatók nyitva tartásától kezdve a menetrendi információkon át az időjárás adatokig. Az alkalmazásokban lehetőség nyílik a turisztika attrakciók bemutatására, tematikus sétautakon át vezetve a felhasználót (lásd Guide@Hand), amennyiben a releváns információk az alkalmazásban beágyazva tárolódnak ez offline üzemmódban is működhet, így akár a turistaút előkészületeit, a látóvalókra való felkészülést, illetve az út után az emlékek visszaidézését is segíti.

A desztináció attrakcióinak számát növelheti, ha az alkalmazás játékos ismeretszerzésre alapoz, az így megszerzhető kisebb ajándékok pozitív kötődést hozhatnak létre az úti célhoz (lásd: Szentendrei Skanzen, Balatonboglár). A kiterjesztett valóság (augmented reality) beépítése támogathatja a közösségi vélemények, események helyhez kötését, illetve történelmi szempontból hasznos lehet a korábbi állapotok bemutatására, mint például a diósgyőri vár esetében. A turisták által igénybe vehető városkártyák (vagy egyéb szolgáltatói kedvezményeket biztosító kuponfüzetek) is részét képezhetik az applikációnak (például GO City Card).

### **Következtetések**

Számos pozitív példát találunk nemzetközi és hazai szinten is az IKT eszközök turisztikai hasznosításával kapcsolatban, azonban véleményünk szerint eddig kevesebb figyelem fordult azok szervezeti hatékonyságot növelő, településeket fejlesztő lehetőségeire. Úgy véljük, hogy a különböző mobil applikációk számos lehetőséget és adatot szolgáltathatnak hazai turisztikai szervezetek és a tagság számára, amire a fejlesztések és a fenntarthatóság szempontjából lehetne építeni.

A webes felületek és alkalmazások használatakor a turisták és érdeklődők számtalan digitális lábnyomot hagynak maguk után, ezek elemzése hozzásegít a fejlesztési irányok meghatározásához: az igények és szolgáltatási hiányosságok feltérképezésétől a közlekedési eszközök optimalizálásán át a látogatói csúcsok elsímításáig. Érdemes lenne a jövőben a turisztikai szervezeteken belül különböző szakmai előadások keretében megismertetni és terjeszteni az IKT eszközök használatának és azok háttér anyagának használhatóságát és hasznosíthatóságát. Ezáltal a jövőben elérhető lenne, hogy a tagság ne csak mint digitális eszközt, hanem mint fejlesztést generáló lehetőséget lássák a különböző applikációk, webes felületek mögött. Kimutatható, hogy mennyien töltötték le az applikációt, hányszor használták, mennyi időt töltöttek bizonyos helyszíneken, akár elégedettség-mérés is kapcsolható az applikációhoz. Ezek mind-mind olyan háttér információt adnak a szervezeteknek és a tagoknak is, amelyekre építve piaci igényekre alapozott tervezés-fejlesztés valósulhat meg egy-egy desztináción belül, valamint javulhat a társulások koordinációs és kommunikációs szerepköre is, de azok hatékonysága és hasznossága (pl.: termékfejlesztés, marketing) is kimutathatóvá válhat. Így összességében „okos” település-; avagy turisztikai értelemben desztinációfejlesztés valósítható meg a jövőben.

### **Összefoglalás**

Az intelligens város koncepciója az automatikus érzékelésen és gyors informatikai adatfeldolgozáson alapuló eszközök integrációja révén kívánja elérni a környezetbarát, energiahatékony települések létrejöttét. Ezen belül például a szabadon elérhető internet szolgáltatás, az online közlekedési információk teszik kényelmesebbé az életet. Az okostelefonok elterjedése erősen hatott a turizmusra is, az eszközre telepíthető alkalmazások komplex turisztikai élményhez segítenek: az utazási cél kiválasztásától az emlékek felidézéséig, miközben a felhasználói adatok megosztása és összegzése hozzájárulhat például a látogatói csúcsok felismeréséhez is. Véleményünk szerint különösen fontossá vált a hazai turisztikai társulások hosszabb távú működtetése szempontjából is a modern, digitális eszközökre építő fejlesztés. A különböző applikációk nagymértékben megkönnyíthetik a szervezetek belső és külső kommunikációját, illetve javíthatják a társulások hatékonyságát és fenntarthatóságát. Tanulmányunkban azt vizsgáljuk, hogy hogyan lehetne a jövőben IKT eszközökkel javítani a különböző adottságú és jellemzőkkel bíró földrajzi térségekben működő turisztikai társulások gyakorlati működését, hatékonyságát.

**Kulcsszavak:** okos város, turizmus, hatékonyság, IKT-eszközök, kommunikáció

### **Irodalom**

- Dudás, G. – Boros, L. – Vida, G. (2017). Comparing the temporal changes of airfares on online travel agency websites and metasearch engines. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 65(2), old.: 187-203.
- Lengyel, M. (2008). TDM működési kézikönyv. Heller Farkas Főiskola: Budapest.
- Munar, A. M. – Jacobsen, J. K. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism management*, 43, old.: 46-54.
- Mundruczó, G. – Pulay, G. – Tököli, L. (2010). A turisztikai fejlesztések állami támogatása térségi és nemzetgazdasági szintű hatékonyságának vizsgálata. Budapest: Állami Számvevőszék Kutató Intézete.
- Nyirádi Á. – Semsei S. (szerk.) (2007): Balatoni TDM füzetek. Balatoni Integrációs és Fejlesztési Ügynökség Kht., Siófok, 108 p.
- Okazaki, S. – Andreu, L. – Campo, S. (2017). Knowledge Sharing Among Tourists via Social Media: A Comparison Between Facebook and TripAdvisor. *International Journal of Tourism Research*, 19(1), old.: 107-119.



- Pike, S. – Page, S. J. (2014). Destination Marketing Organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism management*, 41.
- Virág, Á. (2017/a). A turisztikai együttműködés szerepe a Tokaji borvidéken, doktori (PhD) értekezés. Gödöllő: Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola.
- Virág, Á. (2017/b). Egy TDM szervezet hatékonysága a Tokaji borvidéken. Békéscsaba: Alapítvány a Felsőfokú Közgazdasági Képzésért Békés Megyében.
- Wang, D. – Xiang, Z. – Fesenmaier, D. R. (2014). Adapting to the mobile world: A model of smartphone use. *Annals of Tourism Research*, 48, old.: 11-26.
- Xiang, Z. – Magnini, V. P. – Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, old.: 244-249.

## **Communication of tourist organizations in digital age – or "smartly" settlement development**

### **Abstract**

*The smart city concept aims to achieve environmentally-friendly, energy-efficient settlements by integrating tools based on automatic detection and fast IT processing. Thus, among other things, a freely available Internet service, online traffic information will make life more. The spread of smartphones has also had a strong impact on tourism, applications that can be installed on a device help a complex touristic experience: from choosing a destination to recall memories, while sharing and summarizing of user data can help identify visitor peaks. In our opinion, the development of modern, digital devices has become particularly important for the longer run of already-established management-oriented tourist associations, which involve several partners. Different applications can greatly facilitate the internal and external communication of organizations and improve the efficiency and sustainability of associations. In our study, we analyze how could use of ICT tools to improve the practical operation and efficiency of tourist associations in the future in different geographical regions.*

**Keywords:** smart city, tourism, efficiency, ICT-tools, communication

## MAGYAR STATISZTIKAI RÉGIÓK ÉRINTETTSÉGI SORRENDJE A SZÁLLÁSHELYEK ÁRBEVÉTELÉNEK HAVI ADATAI ALAPJÁN ELTÉRŐ MÓDSZERTANOKKAL

PITLIK László<sup>1</sup> – VARGA Zoltán<sup>2</sup> – BARTA Gergő<sup>3</sup> – LOSONCZI György<sup>4</sup> – PITLIK László (jun)<sup>5</sup> – PITLIK Mátvás<sup>6</sup> – PITLIK Marcell<sup>7</sup>

<sup>1</sup> SZIE, MY-X kutatócsoport, 2100 Gödöllő, Páter K. u. 1., [pitlik@miau.gau.hu](mailto:pitlik@miau.gau.hu)

<sup>2</sup> SZIE, MY-X kutatócsoport, 2100 Gödöllő, Páter K. u. 1., [zvarga@miau.gau.hu](mailto:zvarga@miau.gau.hu)

<sup>3</sup> SZIE, MY-X kutatócsoport, 2100 Gödöllő, Páter K. u. 1., [barta.gergo@phd.uni-szie.hu](mailto:barta.gergo@phd.uni-szie.hu)

<sup>4</sup> SZIE, MY-X kutatócsoport, 2100 Gödöllő, Páter K. u. 1., [glosonczi@gmail.com](mailto:glosonczi@gmail.com)

<sup>5</sup> ELTE TTK, 1117 Budapest, Pázmány Péter sétány 1/C., [ptlkszl@caesar.elte.hu](mailto:ptlkszl@caesar.elte.hu)

<sup>6</sup> ELTE IK, 1117 Budapest, Pázmány Péter sétány 1/C., [pitlikm@inf.elte.hu](mailto:pitlikm@inf.elte.hu)

<sup>7</sup> BME GPK, 1111 Budapest, Műegyetem rkp. 3., [pitlikmarci@gmail.com](mailto:pitlikmarci@gmail.com)

### Bevezetés

Egy mesterséges intelligencia (MI) irányultságú kutatócsoport mottója nem lehet más, mint: Tudás/tudomány az, ami forráskódba átírható – minden más emberi aktivitás művészet, ahol a tudomány és a művészet egymáshoz képest nem értékelhető – lévén ezek ugyanazon érme két oldalát jelentik.

A mottó fényében az MI számára probléma-/kérdés-katalógusok és megoldás-/válasz-katalógusok léteznek. A probléma minél inkább „context free” és kontextusba helyezve minél inkább széles alkalmazási körre számíthat, annál nagyobb a társadalmi hasznosság, annál inkább lehet GPS (general problem solver) jellegről beszélni.

A problémamegoldás automatizálása az Ipar 4.0 által közvetített kihívás a tudományos kánon számára: minden szakterületnek (kontextusnak) a rendelkezésre álló erőforrások függvényében meg kell kezdeni a tudás forráskódba történő átféjtését. Ez értelemszerűen azzal jár, hogy formálisan minden kutató egy kérdésre adott egy válasza azonnal a katalógus részévé válik. A tudományos közösség és a társadalom szempontjából előnyös, ha egy kutató is már nem csak egyetlen egy megoldást dolgoz ki, hanem minél többet, mert ez alapozza meg a módszerek, a megoldások versenyt, ahol azt kell bizonyítani a tudományos kánonnak, melyik is a legjobb megoldás, ill. mely alternatívák között nem lehet egyelőre érdemi különbséget tenni még akkor sem, ha ezek eltérő eredményre vezetnek az adott kontextusban...

Jelen esetben a kérdés meta-szinten: Melyik objektum érintett a leginkább egy adott határpont előtti és utáni idősoros történések adatai alapján?

Kontextusba helyezve: Melyik magyar statisztikai régió érintett leginkább a 2008-as gazdasági válság által a „Kereskedelmi szálláshelyek belföldi bruttó szállásdíj árbevétele (1000 Ft); Mindösszesen Szállástípus; Mindösszesen Kiemelt üdülőkörzetek” (forrás: KSH, Tájékoztatósi adatbázis GB1006, GB1011 – 2004.01-2017.07) jelenség kapcsán?

Ha a kérdés rögzítésre kerül és a maximálisan felhasználható adatvagyon is adott, akkor az emberi és/vagy gépi intelligencia minőségétől függ már csak a válaszok értéke. Ebben a tanulmányban a szerzők elsődlegesen a módszertani palettát magát és a választott módszerek turisztikai döntéstámogatást jelentő eredményeit mutatják be. A módszerek összehasonlítása és a legjobb módszer levezetése egy önálló tanulmányt igénylő komplexitás.

Jelen tanulmányt a MY-X team kutatási stratégiája foglalja keretbe, s konkrét előzményként a 2017-es évből 4 publikáció említendő: a III. Multikulturalitás Konferencia (Pitlik L., 2017), a Hlavay József Országos Környezettudományi és Műszaki Diákkonferencia (Pitlik M., 2017), ill. az Enyedi György Emlékkonferencia keretében két párhuzamos elemzés (Pitlik L., Pitlik L., 2017, ill. Pitlik M., Pitlik L., 2017).

### Irodalmi áttekintés

A szakirodalmi alapvetések áttekintésére két szinten van szükség: Módszertani szempontból minden alkalmazott eljárás lényege röviden ismertetésre kell, hogy kerüljön annak érdekében, hogy a konkrét esetben való alkalmazás konkrét paraméterei indokolhatók legyenek a későbbiekben.

Emellett a kontextust magát, vagyis a turisztikai kérdést, a válság általi regionális érintettség szakirodalmi feldolgozottságát is értelmezni kell a mottó fényében – vagyis a kontextus kapcsán azt kell vizsgálni, léteznek-e már egyáltalán katalóguselemek, melyek később szintén részét képezhetik a legjobb megoldást kereső meta-szintű módszertani kihívásnak.

Elsőként kerüljön áttekintésre a turisztikai kérdés maga:

Keresési kifejezés: „statisztikai régiók érintettsége a válság által szálláshely árbevétel”

Érdeminek tűnő találat: „A 2008-ban kezdődött gazdasági válság kissé lelassította az idegenforgalmi beruházásokat, a finanszírozási nehézségek hatására az építkezések, felújítások elmaradtak vagy későbbre

tolódtak. Ennek ellenére az utóbbi öt évben mintegy 150-nel nőtt a szállodák száma, ezen belül a központi régióban 51-gyel, míg a Balatonnál mindössze 9-cel, a Közép-Dunántúlon csak 5-tel működött több hotel...” (KSH, 2014). Sajnos ez a megközelítés nem levezetés, nem megoldás, hanem deklaráció/leírás, így nem katalogizálható.

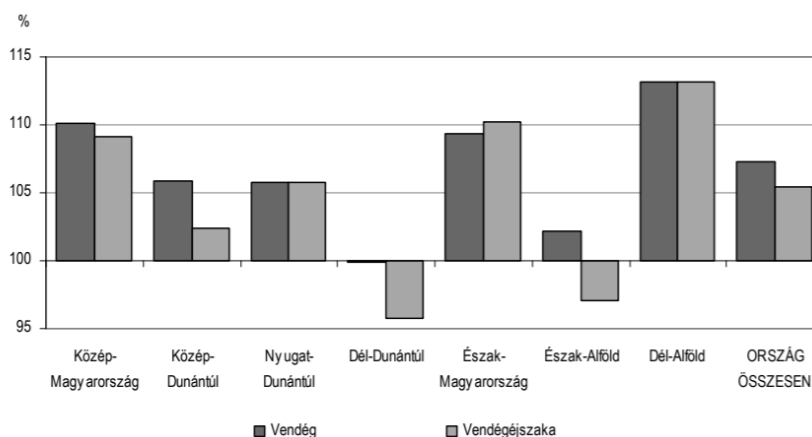
Érdeminek tűnő találat: „Az ország kereskedelmi szálláshelyeit igénybe vevő vendégek és az általuk eltöltött vendégéjszakák száma 2000 óta változó ütemben növekedett 2007–2008-ig. A 2009-ben kiszélesedő gazdasági válság visszaesést okozott a vendégforgalomban, melyet 2010-ben és 2011-ben fokozódó élénkülés követett. 2011. évben a kereskedelmi szálláshelyeket 8,0 millió vendég 20,6 millió éjszakára vette igénybe. A vendégek száma 7,3%-kal, a vendégéjszakáké pedig 5,4%-kal haladta meg az egy évvel korábbit. Az átlagos tartózkodási idő hossza nem változott, továbbra is 2,6 éjszaka volt. Dél-Dunántúl kivételével valamennyi régió kereskedelmi szálláshelyei több vendéget fogadtak, mint egy évvel korábban, átlagot meghaladó volt a növekedés Közép- és Észak-Magyarországon, valamint Dél-Alföldön. A vendégéjszakák száma alapján számított forgalombővülés 5 régióban (Közép- és Nyugat-Dunántúl, Közép- és Észak-Magyarország, Dél-Alföld) 2,4–13% között szóródott, míg Észak-Alföldön 2,9%-os, Dél-Dunántúlon (a nagyobb súllyal szereplő Somogy megye 3,3%-os, és Baranya megye 8,8%-os visszaeséséből adódóan) 4,2%-os csökkenés mutatkozott. A megyék közül ötben (Pest, Fejér, Heves, Bács-Kiskun, Csongrád) 10%-ot meghaladó mértékben élénkült a vendégforgalom” (KSH, 2012 – 1. ábra). Sajnos ez a „megoldás” sem ad magára a konkrét kérdésre választ – így nem katalogizálható, nem katalogizálandó.

#### Gazdasági folyamatok regionális különbségei Magyarországon 2011-ben

23. ábra

#### Vendégek, vendégéjszakák a kereskedelmi szálláshelyeken, 2011

(2010=100,0)



1. ábra. Éves összevetés regionális szinten

Figure 1. Annual comparison on regional level

(1) 2010=100%, vendégszám, vendégéjszakák száma (2) 2010=100% for amount of tourists, and number of nights spent in tourist accommodation

Az alábbiakban következzen az alkalmazott módszerek általános jellemzése. A reprodukálhatóság érdekében minden részlet a <http://miau.gau.hu/miau/229/szarvas> online mappában érhető el bármikor bárki számára:

Módszer-1 (a.,b,c,d)

Elnevezés: Meredekség-változások elemzése

Általános jellemzők: Adott időpont előtti és utáni idősor-részletek meredekség-különbségei alapján a határpont előtti és utáni változások relatív előnyössége az összehasonlítandó objektumok (régió) maximális és minimális változásai által kijelölt intervallumokat benchmarkként fel lehet használni külön a határpont előtti és külön a határpont utáni esetekben. A relatív előnyösségek változásának mértéke alapján a kitettség régióként numerikusan és rangsorszinten is kifejezhető

(vö. [http://miau.gau.hu/miau/229/szarvas\\_myx\\_team.xlsx](http://miau.gau.hu/miau/229/szarvas_myx_team.xlsx) - meredekseg\_variansok munkalap). A meredekségekre vonatkozó logika nem csak az idősor abszolút értékeire, hanem két egymást követő idősor-elemek különbségére is értelmezhető.

Módszer-2 (a)

Elnevezés: Vágópont- és meredekség-alapú kitettség-index hasonlóságelemzéssel

Általános jellemzők: A vágópont-számítás (Pitlik, 2015) általában véve olyan speciális több dimenziós optimalizálási eljárás, mely lényege, hogy adott idősor-pont előtti és utáni szakaszok statisztikai jellemzői alapján anti-diszkriminatív eljárással becslésre kerül, vajon az adott vágópont (időpont) mennyire tekinthető a legkarakterisztikusabb pontnak a teljes idősort tekintve, vagyis inkább az az igaz, hogy minden lehetséges vágópont-alternatíva másként egyforma. A vágópont-számítás futásidő-optimalizálás okán eltolható az értékelési dimenzióként rangsorok átlagainak minimalizálása irányába, ami durva (pl. műszaki készülékeket jellemző, nagy eltéréseket mutató) idősorok esetén a tesztek szerint kellően biztonságos (vö. Pitlik M., Pitlik L., 2016).

Amennyiben a vágópontok karakteresen szezonális hatásokat mutató idősorok esetén kerülnek levezetésre, akkor ott a szezonhatás erős marad, így ilyen esetekben (mint jelenleg is) mozgóátlagokkal kell a szezonális hatást minimalizálni.

A vágópontok alapján elsődlegesen csak a kitettség ténye, mint olyan határozható meg. A kitettség irányát a meredekség-változások relatív mértéke [meredekség(előtte)/meredekség(utána)] képes kifejezni.

Módszer-3

Elnevezés: STL – szezonális és trend alapú bontás LOESS technika használatával

Általános jellemzők: Az STL módszer (Cleveland et al. 1990) olyan eljárás, amelynek során az idősort mérhető elemekre bontjuk: trend és szezon tényezőkre. A szezonaltalanított idősorra polinom függvény illesztésével kinyerhető az idősor természetes alapmozgása. Erre a már polinomizált idősorra a trend és szezonfaktorok visszaillesztésével egy jól illeszkedő polinommal simított idősort kapunk eredményül. Az így simított idősort, az eredeti, tisztítatlannal összehasonlítva kiszűrhetőek olyan periódusok, amikor az adott idősor valamilyen ok miatt elhagyta a természetes medrét. Ezek a periódusok pozitív és negatív kilengéseket is tartalmazhatnak.

Módszer-4

Elnevezés: Régiók árbevétel szerinti megoszlásainak változása

Általános jellemzők: Az árbevétel szerinti megoszlások változásának elemzése, egy adott csoporton belüli változó értékeinek változásainak nyomon követésére alkalmas, mely explicit nem értelmezhető egy adott változó külső teljesítményének mérésére, hanem a változók egymás közötti megoszlások változásaiból adódó rangsor felállítására.

Módszer-5

Elnevezés: 2004-es év azonos időszakához viszonyított jelenségek vizsgálata 2017-ig

Általános jellemzők:

A módszertan a gazdasági életben és elemzésben ismert hagyományosnak tekinthető vizsgálati eszköz: az adatokat az előző év azonos időszakához viszonyítása (Kerékgyártó et al, 2009). A jelenlegi módszertan abban különbözik az előbbi „klasszikus” változattól, hogy nem az előző évhez hasonlítja, hanem egy kijelölt, bázis év időszakaihoz fogja megtenni, majd az eredményeket rangsor alapján is értékeli az adott időszakra.

Módszer-6

Elnevezés: Idősorok pár-összehasonlítássá konvertálása

Általános jellemzők: Objektumok összehasonlítására a pár-összehasonlítások ellentmondás-mentesítése alkalmas leginkább. Pár-összehasonlítások inputja származhat pl. pontozási skálákból (vö. Likert-skála) éppúgy, mint idősorok meredekségeinek relatív értékeiből. Amennyiben a meredekségek időszakonként minden objektumot rangsorolnak, majd az objektumok idősoros rangsorai alapján korrelációk kerülnek kiszámításra, akkor a korrelációs együtthatók konvertálhatók pár-összehasonlítások relációkódjaivá. A relációkódok lehetnek információ-hiányra utalók, lehetnek objektum-azonosságot kimutatók, s lehetnek két objektum között valódi rangsorolást értelmezni engedők. A relációkódok azonossági rétege alapján objektum-szigetek képezhetők, melyek a valódi rangsor-relációk alapján vagy valódi logikai kapcsolatba kerülnek, vagy az ellentmondásosságot engedik feltárni a rendszer teljességében vagy részleteit illetően. (A módszer matematikai részletei 3 tanulmány formájában az értékkutatás részeként éppen megjelenésre várnak.)

Módszer-7

Elnevezés: MCM – meredekség (MCM: Monte Carlo Módszer)

Általános jellemzők: Adott időpont előtti és utáni állapotok objektumonként összehasonlítása véletlenszerű mintaválasztással is lehetséges, ahogy azt az LP közelítő megoldásai kapcsán az operációkutatásból már régóta ismerni lehet.

Módszer-8

Elnevezés: Google - szövegbányászat

Általános jellemzők: A Google kereső rendszere képes a keresési kifejezések előfordulási értékét visszaadni egyedüli és több szóból álló kifejezések esetén. Az általánosabb keresési kifejezést lehet benchmarknak tekinteni. A specifikusabb keresési kifejezés az adott általánosabb találati halmaz adott százaléka. Annál érintettebb egy objektum, minél nagyobb a részhalmaz mértéke.

### Anyag és módszer

A szakirodalmi áttekintés után, ahol tehát az alkalmazott módszerek általános bemutatása megtörtént. Ebben a fejezetben az egyes megoldások által konkrétan választott paraméterek megadása és ezek indoklása a feladat. A statisztikai adatvagyonról általános áttekintést az EUROSTAT online tájékoztatója nyújt (EUROSTAT, 2015). A KSH Tájékoztatói adatbázisából példaértékűen az egyik leghosszabb időszorral és regionális bontással rendelkező jelenség (vö. Kereskedelmi szálláshelyek belföldi bruttó szállásdíj árbevétele (1000 Ft); Mindösszesen Szállástípus; Mindösszesen Kiemelt üdülőkörzetek” (forrás: KSH, Tájékoztatói adatbázis GB1006, GB1011 – 2004.01-2017.07) került kiválasztásra véletlenszerűen az elemi idősoros elemzések módszertani igényeinek megfelelően. (A tanulmánynak nem lehetett célja a rendelkezésre méretkorlátok miatt a több-idősoros problémák egyidejű kezelése, mely egy önálló dokumentációt igényel a jövőben.)

Az alábbiakban az alkalmazott módszerek folyószöveges bemutatása következik. A módszerek összehasonlító elemzéséhez ez nem lenne még elegendő, oda egy olyan attribútum-rendszer kialakítása szükséges, mely minden módszer esetén mérhetővé képes tenni a módszerek különbségeit. S ez a kihívás ismét csak meghaladná jelen tanulmány kereteit:

#### Módszer-1 (a,b,c,d)

Elnevezés: Meredekség-változások elemzése

Specifikus jellemzők: Négy modell-variáns került kialakításra. Az első (Módszer1a) lényege, hogy csak az éves összes árbevételek lettek bevonva a számításba. A Módszer1b esetén 2004-2016 közötti teljes évrékre minden hónap inputként hatott, de a 2017-es törtév elhagyásra került. A Módszer1c esetén Minden hónap, így 2017 7 adata is a számítások alapjaként felhasználásra került. A Módszer1d esetén a mindenkori 2 egymást követő hónap különbsége került elosztásra a korábbi hónap értékével, s ez az egy elemmel rövidebb idősor került teljes mértékben feldolgozásra. A variánsok első három alakzata egy fajta abszolút adatokra alapozó érzékenységvizsgálatként értelmezhető. A relatív adatok feldolgozása kapcsán a változások dinamikájának információtartalma került feltárára.

#### Módszer-2 (a)

Elnevezés: Vágópont- és meredekség-alapú kitettség-index hasonlóságelemzéssel

Specifikus jellemzők: A szezonális hatásokat a hazai turisztikai folyamatok esetén triviális 12 hónapos mozgóátlag képes volt kezelni. A kontroll-számítások pl. 6 havi mozgóátlagokkal nem vezettek megfelelő eredményre - az elvárásoknak megfelelően. A vágópont-feltáró algoritmus az idősor elején és végén a minimálisan szükséges 6-6 pontot kezelte nyitó és záró szakaszként. A meredekség-számításokhoz arányos 37-37 mozgóátlag-adat került felhasználásra 2008 januári határponttal, mert a múlt felé nem volt több adat, s a jövő irányába felesleges lett volna a teljes adatsor használata, melyet már a 2008-as válság utáni esetleges más, nagy erejű hatások is befolyásolhattak volna. A hasonlóságelemzésbe 3+3+1 attribútum került a 7+1 ( régiók+ország) objektumok mellé: 2007-2008-2009 abszolút vágópont-maximuma, ill. ezen évek vágópont-maximumainak %-os értéke a teljes idősor vágópont-maximumához képest. S végül a meredekségek különbsége. A vágópont-alapú attribútumok esetén a kitettséget a minél nagyobb, annál nagyobb elv tükrözte, míg a meredekség esetén a romló kitettséget a minél kisebb, annál nagyobb elv írta le. A hasonlóságelemzés kapcsán értelemszerűen anti-diszkriminatív eljárással a lehet-e minden régió másként egyformán érintett hipotézis került vizsgálatra, ahol ennek igazolódása esetén, amennyiben maradt fenn be nem volt attribútum, akkor ezek mellé a meredekség bevonása kötelező volt, mert a meredekség képes csak a kitettség irányát megadni. A második modellben 2009 abszolút, és 2007-2008 relatív vágópont-adatai maradtak benn a kötelező meredekség-adatok mellett (vö. [http://miau.gau.hu/miau/229/szarvas\\_myx\\_team.xlsx\\_model1](http://miau.gau.hu/miau/229/szarvas_myx_team.xlsx_model1), model2, ill. HU-KMR-KDR-NDR-DDR-EMR-EAR-DAR munkalapok).

#### Módszer-3

Elnevezés: STL –szezonális és trend alapú bontás LOESS technika használatával

Specifikus jellemzők: Az STL technikának a teljes idősből két 36 hónapos szeletet vettünk alá. 2010 és 2013 közötti, illetve a 2009 és 2011 közötti időszakokat vizsgáltuk a régió szintű bruttó árbevételek tekintetében. Az időszakok átfedésének nincs befolyásoló ereje, vagyis, minden időszakhoz tartozó régió, minden idősora külön került elbírálásra. A válság bármilyen hatását logikusan több, egymást követő periódus egyirányú eltérése bizonyíthatja.

Amennyiben egy érintettség-elemzés csak a válság kezdete utáni időszakokat értelmez, akkor a válság előtti szakasz minden régió esetében egy fajta konstansként hat szemben azzal, amikor a válság előtti és utáni állapotok különbsége az érintettség forrása.

#### Módszer-4

Elnevezés: Régiók árbevétel szerinti megoszlásainak változása

Specifikus jellemzők: Ezen megoszlásvizsgálat célja, hogy egy változás mutatószámában aggregálja, hogy 2008 óta, hogyan változott Magyarország egyes régióinak turizmusból származó árbevétele a többi régióhoz képest. A módszer arra nem fog választ adni, hogy valóban érezhető-e a válság okozta visszaesés, azonban azt megállapíthatjuk, mely régió milyen ütemben mozdult el a többi régióhoz képest, azaz mely régió esetében tapasztalható a legnagyobb növekedés a válság óta, tehát alkalmas Magyarország régióinak árbevétel megoszlás szerinti rangsorolására, mely a válság óta a fejlődés egyik mutatójaként is értelmezhető összehasonlítási viszonylatban.

#### Módszer-5

Elnevezés: 2004-es év azonos időszakához viszonyított jelenségek vizsgálata 2017-ig

Specifikus jellemzők:

Az adatok olyan területről származnak, amelyre a szezonális rendkívül jellemző (pl. munkanap-hatás / szabadságolás, tanévrendje, turizmus). Mivel a régiók szerepe, súlya feltételezhetően eltérő az országban, az adott válság előtti fejlődési „pozíciója” - egymáshoz viszonyítva is - a 2004-2017 intervallum alapján kétséges meghatározni a 2004-2017 adatsor szűk időtartami terjedelme miatt. Ezért kísérletképpen az elemzés az idősor adatokból az első rendelkezésre álló évet a 2004-es évet vette bázisnak (fix viszonyítási pont) és attól eltérő jelenségeket vizsgálta 2016-ig havi és régió nézetben. A 2017-es adatok elhagyásra kerültek. A vizsgálat a 2005-2016 év hónapjaira kiértékelte 2004-es bázis év hónapjához viszonyított százalékos növekedést / csökkenést, majd ez alapján az adott hónapra egy rangsor állít fel a régiók között, mely régió hogyan teljesített („versenyzett”) egymáshoz képest az adott hónapban a 2004-es adataihoz képest. A havi régiós rangsorok összesített átlaga, mind a teljes vizsgált időszakra, de a válság előtti és utáni időszakokra is megtörténik.

#### Módszer-6

Elnevezés: Idősorok pár-összehasonlítássá konvertálása

Specifikus jellemzők: A korrelációs értékek konverziójának szabályrendszere: -0.1-es érték alatt káoszról lehet beszélni. Ha a korreláció nulla közeli (+/-0.1), akkor azonossági relációt érdemes feltételezni két objektum (régió) között. Ha a korreláció magas, akkor attól függően, melyik objektum kapott kedvezőbb átlagos rangsorértéket, az a jobb.

#### Módszer-7

Elnevezés: MCM - meredekség

Specifikus jellemzők: A válság határpontjaként kiválasztott 2008. januári hónap előtt 48 havi adat áll rendelkezésre, utána 115 db hónap. Összesen 7 régió vehető össze egymással  $7*6/1*2=21$  lehetséges párosításban. A kiválasztható hónappárok száma:  $48*115=5520$  eset. A lehetséges régiópár-hónappár variánsok száma:  $5520*21=115920$ . Ebből 100 véletlen paraméter-konstelláció került meghatározásra. Ebből 12 azonos régiópárt jelölt ki. Az eredmények a fennmaradó 88 konstellációból származnak. A véletlenszerű paraméterértékből következő tényleges bevételadatokból relatív meredekségek kerültek számítása:  $[\text{bevétel(később)}] - \text{bevétel(előbb)} / \text{bevétel(előbb)}$ . Az így előálló %-os értékek alapján a kisebb relatív meredekségű régió kódja került meghatározásra, majd a vesztes régiókódok előfordulási aránya adta az érintettség mértékének becslését.

#### Módszer-8

Elnevezés: Google - szövegbányászat

Specifikus jellemzők: Keresési kifejezéseként megadásra kerültek idézőjelben a régiónevek (pl. „Közép-Magyarország”). Az ezekre megállapított találatszámok adták a benchmarkot. Ehhez képest került lekeresésre a [„régió” válság turizmus] kifejezés értelemszerűen régióként. A specifikusabb keresés találatának és az általánosabb keresés találatának aránya (%) adta az érintettség index közelítését.

### Eredmények és értékelésük

Az alábbiakban elsőként az egyes módszerek által szolgáltatott eredmények kerülnek tételiesen bemutatásra, majd ezek értelmezése érdekében a részeredmények egy egységes táblázatba kerülnek összevetésre és aggregáltan is kiértékelésre:

Módszer1: Az abszolút adatokon végzett parallel számítások eredményei robosztus módon, de nem azonos részeredményekkel erősítik egymást. A relatív adatok csak a legkitettebb objektum mibenlétét erősítik meg az abszolút rétegekhez képest.

Módszer2: A két rétegben is több dimenziós elemzés megerősíti a Módszer1 által is kiemelt leginkább kitett régiót és megerősíti a Módszer1d potenciális üzeneteit. Emellett a közvetlen kérdésre (vagyis a melyik a leginkább érintett régió kérdésre) adott válaszon túl rámutat arra, hogy az érdemi változás 2009-2011 között volt tetten érhető az idősorban. Ez a részeredmény egyben arra is felhívja a figyelmet, hogy a kitettség-vizsgálatok nem garantálják az ok-okozatiságot a maga direktségében akkor sem, ha a 2008-as év lett volna a legnagyobb hatású szakaszhatár. Lehet szó ugyanis hatáskésleltetésről és/vagy komplex összefüggésrendszeréről. A 2009-2011-es kritikus zóna (ezen belül is 2010, mint a régiók alapján leggyakoribb kritikus év, ill. 2009 és 2011, mint a legnagyobb határoló erővel bíró évek) lényegében a bevétel adatok hullámvázában egy fajta inflexiós zóna, vagyis 2011 után a javulás már szemmel látható.

Módszer3:

Az STL technikával végzett elemzés szerint a 2009 és 2011 közötti időszakban két régiónál tapasztalható eltérés. Dél-Alföld és Közép-Magyarország. Mindkét esetben csupán egyetlen hónapot érint a kilengés. Dél-Alföld esetében a bruttó bevételek növekedéséről, míg Közép-Magyarország esetében a bruttó bevételek elmaradása volt megfigyelhető. Mivel a változások különböző, de egyszeri hónapokat érintettek, ezért nem tekinthetőek egy nagy erejű, hosszan tartó (több hónapot érintő), kívülről érkező krízis hatásának.

A 2010 és 2013-as időszakot vizsgálva már inkább a fellendülés szikrái figyelhetőek meg. Egyedüli visszaesés a Nyugat-Dunántúli régiónál figyelhető meg, azonban ez a visszaesés egyszeri hónapot érintett. A bruttó bevételek növekedése megfigyelhető Észak-Alföld, Közép-Dunántúl, Dél-Dunántúl esetében. A Dél-Dunántúli régió volt az egyetlen, amely esetében megfigyelhető két egymást követő hónapban is a pozitív kilengés. Ez a megfigyelés már inkább utal konjunktúrára. Megjegyzendő, hogy a Közép-Dunántúli régió pozitív kilengése egybeesett a Dél-Dunántúli második havi kilengésével.

Összefoglalva, STL technikával a vizsgált időszakokban nem sikerült válság okozta visszaesést kimutatni. Ugyanakkor a 2010 és 2013 közötti vizsgálat már konjunktúrára utaló változásokat talált.

Módszer4:

Az árbevétel régiós megoszlások változása azt az eredményt szemlélteti, hogy a válság óta eltelt minden évben a legtöbb árbevételt a Balaton Régió realizálta, azonban a válságtól kezdődően minden évben 2012-ig az árbevétel-megoszlás csökkenő tendenciát mutat, átlagos mintegy 2.1%-ot, majd 2016-ig számolva ennek értéke 0.18%-ra mérséklődik. A legpozitívabb változás az észak-magyarországi régióban következett be, értéke átlagosan 0.6% pozitív növekedés 2008 és 2016 között. Ezt követi sorrendben Dél-Alföld (0.16%), majd Közép-Dunántúl (0.13%). Budapest, a Tisza-Tó és Dél-Dunántúl esetében közel 0% a változás az előző 8 évben, Nyugat-Dunántúlon pedig az átlagos árbevétel csökkenés mértéke 0.44% volt, amely a legmagasabb, Balaton (0.18% visszaesés) és Észak-Alföld (0.17% visszaesés) után. Ha a GDP volumen-indexéből indulunk ki (ksh.hu, 2017), akkor azt láthatjuk, hogy tulajdonképpen 2014-ben sikerült megugrani a 2008-as volument (2000-es bázisévhez viszonyítva). Tehát ezen két időpont között is érdemes megvizsgálni az éves szinten kalkulált árbevétel megoszlás változást, mely a mi esetünkben rögzített bázisévhez képest (2008), a legnagyobb visszaesés tekintetében Nyugat-Dunántúlt (2.84%), Balatont (1.6%) és Észak-Alföldet (1.38%) érintette átlagosan a többi régióhoz képest.

Módszer5:

Az összesített 2004-es évhez viszonyított eltérések összegének átlaga alapján a teljes időszakra vonatkozóan Észak-Magyarország régió (Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves, Nógrád megye) teljesített a legjobban (1452%), míg a Közép-Magyarország régió (Budapest, Pest megye) a 734%-kal a leggyengébb. A rangsorok eltérések összegének átlaga alapján Nyugat-Dunántúl régió (Győr-Moson-Sopron, Vas, Zala megye) régió 2,47 átlagos rangsor pozícióval a rangsor elején található, a leggyengébb ez esetben is Közép-Magyarország régió található (6,10).

Azonos módszertan mentén a 2004-2007 és a 2008-2016 időszakra az alábbi eredmények születtek:

2004-2007 időszakra az összesített 2004-es évhez viszonyított eltérések összegének átlaga alapján a teljes időszakra vonatkozóan Nyugat-Dunántúl régió teljesített a legjobban (63,47%), míg a Dél-Alföld (Bács-Kiskun, Békés, Csongrád megye) a 34,42%-kal a leggyengébb. A rangsorok eltérések összegének átlaga alapján Nyugat-Dunántúl (Győr-Moson-Sopron, Vas, Zala megye) régió 1,93 átlagos rangsor pozícióval a rangsor elején található, a leggyengébb ez esetben Észak-Magyarország régió (4,66).

A válság utáni időszakban (2008-2016) az összesített 2004-es évhez viszonyított eltérések összegének átlaga alapján a teljes időszakra vonatkozóan Észak-Magyarország régió teljesített a legjobban (147,76%), míg a Közép-Magyarország régió a 64,81%-kal a leggyengébb. A rangsorok eltérések összegének átlaga alapján Nyugat-

Dunántúl régió 2,49 átlagos rangsor pozícióval a rangsor elején található, a leggyengébb ez esetben is Közép-Magyarország található (6,73).

A két vizsgált időszak eredményei (eltérései) alapján Észak-Magyarország régió „fejlődött” átlagosan többet az adott vizsgált időszakban (+107,00%), míg a Közép-Magyarország régió a 14,59%-kal a legkevesebbet. Rangsor esetén a Észak-Magyarország régió +1,54 pozíciót javított, ezzel szemben a Közép-Magyarország régió -3,61 pozícióval hátrább került.

Módszer6: A teljes rendszert tekintve az idősorok pár-összehasonlítássá konvertálásából nem következik zárt logikai rendszer. A potenciális előnyösségek direkt és örökölt alakzatának összegzése alapján 3 objektumsziget alakult ki, melyet az 1. táblázat mutat be.

Módszer7: A KDR egyáltalán nem produkált vesztes pár-összehasonlítást a relatív meredekségek alapján, melyek egy fajta „aura”-fényképét jelentik a 7\*163 adat értelmezésének. A legtöbb összehasonlítást az ÉMR vesztette el. De az ÉAR érintettségét erősíti a módszer elsődlegesen.

Módszer8: A Google szövegbányászati támogatása a Google által kezelt szövegtörzs „aura”-fényképét adja eredményül. Ahol a leginkább érintett az ÉAR.



1. táblázat. Módszerek részeredményeinek összevetése

Érintettség index	Terület							
	HU	KMR	KDR	NDR	DDR	ÉMR	ÉAR	DAR
Módszer1	0.0%	4.9%	-2.4%	-19.9%	-0.2%	9.9%	-7.4%	2.2%
Módszer1a	0.0%	4.3%	-2.2%	-17.8%	-0.4%	8.8%	-6.7%	2.0%
Módszer1c	0.0%	5.3%	-1.8%	-17.8%	-2.2%	8.1%	-6.7%	1.7%
Módszer1d	-9.7%	3.9%	-7.6%	-44.0%	-70.1%	-49.3%	-39.2%	-29.2%
Módszer2	697.4	668.9	668.9	688.4	1009.4	1004.4	1001.4	1001.4
Módszer3	9	9	9	9	9	9	9	9
Módszer4	0.0%	-0.4%	1.5%	-2.8%	-0.4%	4.9%	-1.4%	0.8%
Módszer5	n.a.	3.81	-1.29	0.56	0.66	1.54	1.6	-0.23
Módszer6	1	9	2	1	9	1	9	1
Módszer7	n.a.	10	6	10	31	2	19	18
Módszer8	9.1%	4.9%	4.9%	19.9%	5.0%	5.4%	5.8%	5.0%
Érintettség rangsorok								
Módszer	HU	KMR	KDR	NDR	DDR	ÉMR	ÉAR	DAR
Módszer1a	4	2	6	8	5	1	7	3
Módszer1b	4	2	6	8	5	1	7	3
Módszer1c	4	2	5	8	6	1	7	3
Módszer1d	4	3	2	9	1	6	7	4
Módszer2	7	5	5	8	1	2	3	3
Módszer3	1	1	1	1	1	1	1	1
Módszer4	4	9	2	8	5	1	7	3
Módszer5	n.a.	7	2	4	5	1	6	3
Módszer6	2	8	1	2	6	2	8	2
Módszer7	n.a.	3	1	3	7	2	6	5
Módszer8	1	3	4	2	6	3	5	5
<b>átlagos rangsor</b>	<b>3.4</b>	<b>3.6</b>	<b>3.2</b>	<b>5.5</b>	<b>4.4</b>	<b>2.3</b>	<b>5.9</b>	<b>3.3</b>
Módszer1a (korreláció)				0.82				
Módszer1b (korreláció)				0.82				
Módszer1c (korreláció)				0.87				
Módszer1d (korreláció)				0.41				
Módszer2 (korreláció)				0.90				
Módszer3 (korreláció)				#ZERŐÖSZTŐ!				
Módszer4 (korreláció)				0.90				
Módszer5 (korreláció)				0.83				
Módszer6 (korreláció)				0.48				
Módszer7 (korreláció)				0.53				
Módszer8 (korreláció)				0.64				
<b>anti-diszkriminatív rangsor</b>	<b>n.a.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>2</b>
Módszer1a (korreláció)				0.82				
Módszer1b (korreláció)				0.82				
Módszer1c (korreláció)				0.87				
Módszer1d (korreláció)				0.22				
Módszer2 (korreláció)				0.84				
Módszer3 (korreláció)				#ZERŐÖSZTŐ!				
Módszer4 (korreláció)				0.82				
Módszer5 (korreláció)				0.82				
Módszer6 (korreláció)				0.56				
Módszer7 (korreláció)				0.45				
Módszer8 (korreláció)				0.51				

Table 1. Comparison of partial result of the involved methods

(1) Mindösszesen, KMR, KDR, NDR, DDR, ÉMR, ÉAR, DAR, (2) Total, Central Hungary, Central Transdanubia, Western Transdanubia, Southern Transdanubia, Northern Hungary, Northern Great Plain, Southern Great Plain)

A naiv átlagos rangsorszámok (vö. iskolai jegyátlag) és az ehhez mért korrelációk alapján vélelmezhető egy naiv módszertani sorrend és egy naiv régió kitétségi sorrend, melyben az ÉAR a leginkább a válságnak negatív hatásainak kitett régió.

Az anti-diszkriminatív régióssorrenden már látszik a sok objektum másként egyforma elv hatása. De itt és az ÉAR a leginkább kitett objektum. Az anti-diszkriminatív értékeléshez kapcsolódó korrelációk alapján több megoldás is a mákét egyforma elvet testesíti meg.

## Következtetések

A párhuzamos, egymástól független elemzése kapcsán el kell mondani, egyrészt hogy a probléma maga egy fajta fogalomalkotási kihívás, hiszen az „érintettség” fogalma nem mérhető semmiképpen közvetlenül, hanem egy multi-dimenziós háttér alapján kell, hogy levezetésre kerüljön. Mint minden fogalomalkotás, az a konkrét megoldáskeresés is egy fajta mesterséges intelligencia kihívás. Hiszen a megalkotott matematikai eljárásoknak illik átmennie a Turing teszten – azaz az emberek tömege számára olyan intelligensnek kell lennie az eredményeknek, hogy fel se merüljön a gyanú, hogy ezeket úm. egy gép hozta létre.

A fogalomalkotási problémák fókuszálásából következik a második észrevétel: a fogalomalkotás kapcsán nincs objektív benchmark elsődlegesen, amihez képest esetlegesen a legjobb módszerről lehetne beszélni, mint pl. a klasszikus előrejelzési feladatok esetében, ahol a tanulási fázisban az a legjobb modell, amelyik a rendelkezésre álló input-következmény-párokból a legtöbbet tudja levezetni, majd a tesztfázisban az a legjobb, ami a legmagasabb teszt találati arányokat produkál. De, hogy az objektivitás maga sem egy egyszerű jelenség, arra rámutat azonnal az, hogy a találati arányon túl lehet beszélni találati pontosságról, a találatok arányának és pontosságának időbeli és egyéb szempontú ingadozásáról, megoszlásáról. Vagyis még objektív visszamérés esetén is multi-dimenziós értékelésként kell megélni a legjobb modell kiválasztását, ami végső soron a fogalomalkotás esetében is igaz (vö. Occam-borotvája).

S végül ki kell térni arra is, hogy a legjobb modell elvileg a már elkészült modellek egyikének kiválasztását illene, hogy jelentse. Létezik azonban a hibridizáció jelensége is, melyet más megfogalmazásban konzisztencia-maximalizálásnak is lehet nevezni, amikor is az összes megoldás tömegesen egymást erősítő rétegei kerülnek összevetésre a parciális ellentmondások mértékével, jellegével.

## Összefoglalás

A MY-X kutatócsoportot alkotó szerzők az előadásban és a tanulmányban bemutatják, hogyan lehet egy jelenség regionális idősorai alapján klasszikus matematikai statisztikai és mesterséges intelligencia módszerekkel, egymástól függetlenül választ találni arra a kérdésre: melyik statisztikai régiót érintette leginkább a 2008-as válság? A bemutatásra váró modellek (szakértő-szimulációk) egyben alapul szolgálnak ahhoz a kérdéshez is: Melyik modell/szakértő/szakvélemény a legjobb a versengő megoldások közül? Az elemzések alapját a 2017-es Hlavay József Országos Környezettudományi és Műszaki Diákkonferencia, a III. Multikulturalitás Konferencia és az Enyedi György Emlékkonferencia szerzők általi aktivitásai adják. A tanulmány célja a turisztikát érintő tény-

alapú döntéstámogatás módszertani palettájának érzékeltetése, s a válság általi regionális érintettségek mértékének feltárása.

Egy adott kérdésre egy maximálisan adott adatmennyiség alapján többféle módszerrel válaszokat keresni nem más, mint annak az általánosított kérdésnek a megválaszolása: melyik objektumra (vö. betegre) figyeljen jobban/elsőként a robot(orvos), ha egy adott pillanatban/időszakban (vö. 2008) jelentős változások álltak be a keretfeltételekben (vö. válság vs. időjárási front megjelenése)? A tény-alapú döntéstámogatás tehát abban a tekintetben kap segítséget jelen tanulmány eredményei nyomán, mely objektum preferálandó a döntéshozó által. A társadalmi hasznosság ebből következően triviális: így garantálható a kazohin (arány-vezérelt) döntéshozói eljárás, vagyis egyetlen objektum sem lesz irracionálisan (vö. korrupt módon) különleges figyelemben részesítve, hanem minden objektum azt kapja, ami az adott helyzetben neki a többiekhez képest jár, amit más objektumok tettek volna és vártak volna el mások helyében...

S végül: a leginkább a válság által negatívan érintett régió: ÉAR (a különféle módszerek által kiutalt rangsorszámok átlagának minimuma alapján).

A minden régió másként egyforma elv alapján anti-diszkriminatív hasonlóságelemzéssel kialakult optimalizált sorrend vesztese ismét az ÉAR régió.

Tehát a legnagyobb figyelmet jelző vörös riasztást a statisztikai adatokat folyamatosan elemző robotszakértő javaslatára az ÉAR érdemelte ki egy, a mindenkori döntéshozó asztalán álló dashboard-on – anélkül, hogy ezt a kérdést még egyszer emberi szakértőnek kezelnie kellene...

A párhuzamos módszerek egyetlen megoldássá aggregálásának kérdése lényegében azonos a párhuzamos módszerek közül legjobb megoldás, és/vagy a konzisztencia-maximum levezetésének kihívásával, hiszen a kompromisszumos megoldás kapcsán a konzisztencia-maximum még nem került bizonyításra...

Ha tehát a potenciális robotszakértők között ilyen magas komplexitású problémát jelent a legjobb megoldás automatikus deklarálása, akkor a spontán, naiv, vagy éppen nem feltétlenül érdekmentesen tudatos emberi szakértői vélemények eredőjeként (mint döntéstámogatási alternatívaként) előálló szakvélemények összevetésében az ismét csak emberi döntéshozó a teljes szubjektív önkényére, intuíciójára utalódik vissza – ami, a történelem során világosan látható módon – optimális döntéssorozatokhoz nem volt képes vezetni a társadalmak szempontjából. Magasabb szintre lépni vélelmezhetően csak a kompromisszumkeresés (konzisztencia-maximalizálás) automatikussá tételén keresztül lehet a mesterséges intelligenciák által támogatott jövőben.

**Kulcsszavak:** módszertanok versenye, turizmus, regionális érintettség, válság

## Irodalom

- Pitlik L.: 2017. Rosling - vizualizációk multikulturális jelenségek esetén. [http://miau.gau.hu/miau/225/multikulti\\_3\\_pitlik\\_2017.docx](http://miau.gau.hu/miau/225/multikulti_3_pitlik_2017.docx)
- Pitlik Ml.: 2017. Vízgazdálkodási adatok szemléletformáló adat-vizualizációja az optimumtól való eltérés alapján. <http://miau.gau.hu/miau/224/gdkop/1Jad4wiga3.pdf>
- Pitlik Ml. - Pitlik L.: 2017. Nemzetközi, nyers és modellezett vízgazdálkodási adatok komplex értékelése idősoros és regionális szempontból. <http://miau.gau.hu/miau/229/enyedi1/>
- Pitlik L. (jun) - Pitlik L.: 2017. . [http://miau.gau.hu/miFrauenanteil im Hochschulbereich \(eine komplexe Analyse von internationalen Daten unter dem Gesichtspunkt der Regionalität und von Zeitreihen\)](http://miau.gau.hu/miFrauenanteil%20im%20Hochschulbereich%20(eine%20komplexe%20Analyse%20von%20internationalen%20Daten%20unter%20dem%20Gesichtspunkt%20der%20Regionalit%C3%A4t%20und%20von%20Zeitreihen).). <http://miau.gau.hu/miau/229/enyedi2/>
- KSH: 2014. Magyarország turisztikai régiói 2013, <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/pecsturisztreg.pdf>
- KSH: 2012. Gazdasági folyamatok regionális különbségei Magyarországon 2011-ben, <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/debrecengazdfejl/debrecengazdfejl11.pdf>
- EUROSTAT: 2017. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism\\_statistics/hu](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/hu)
- KSH: 2017. <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GB1011>, <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GB1006>
- Pitlik Ms. - Pitlik L.: 2016. MY-X FREE online szakaszoló robot. [http://miau.gau.hu/myx-free/tools/cutting\\_robot/cutting3.php](http://miau.gau.hu/myx-free/tools/cutting_robot/cutting3.php)
- Pitlik L.: 2017. MY-X FREE online elemző szolgáltatás. <http://miau.gau.hu/myx-free/coco/index.html> (Y0)
- Microsoft: 2017. <https://support.office.com/hu-hu/article/MEREDEKS%C3%89G-f%C3%BCggy%C3%A9ny-11fb8f97-3117-4813-98aa-61d7e01276b9>
- Pitlik L.: 2015. Automatikus idősor-szegmentálás hasonlóságelemzéssel. <http://miau.gau.hu/miau/200/szakaszolas.doc>

## **Ranking the exposures of the statistical regions in Hungary based on different methods concerning the monthly data about incomes of touristic activities**

### **Abstract**

The authors of the My-X research team derive in the study and show in the presentation, how can be answered the question: Which statistical region is more affected through the crisis in 2008 based on classic statistical approaches and artificial intelligence-oriented solution in a parallel way. The created models makes also possible to analyze the general problem: which model is the best model compared to each other solution? Similar problems were already focused in the following conferences: HJOKMD, In memoriam Enyedi György, III. Multicultural Conference this year. The aims of the research are: supporting the data-driven decision making processes and deriving the differences of regional impacts of the crisis.

**Keywords: competition of methodologies, tourism, exposure of regions, crisis**

## A falusi turizmus helyzete a térségmenedzsmentben

REMENYIK Bulcsú<sup>1</sup> - SZABÓ Lajos<sup>2</sup> - GUTH László<sup>3</sup> - SIKÓ Botond<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Budapesti Gazdasági Egyetem, egyetemi docens, [Remenyik.Bulcsu@uni-bge.hu](mailto:Remenyik.Bulcsu@uni-bge.hu)

<sup>2</sup> Szent István Egyetem, egyetemi tanár, [Szabo.Lajos@gtk.szie.hu](mailto:Szabo.Lajos@gtk.szie.hu)

<sup>3</sup> Szent István Egyetem, egyetemi docens, [Guth.Laszlo@gtk.szie.hu](mailto:Guth.Laszlo@gtk.szie.hu)

<sup>4</sup> Szent István Egyetem, PhD hallgató, [sikoboti@gmail.com](mailto:sikoboti@gmail.com)

### Bevezetés

A Falusi- és Agroturizmus Országos Szövetsége, mint civil szervezet 19 egyesületi formában működő non-profit szervezetből épül fel. A civil szervezetek a munkájukhoz szükséges anyagi fedezetet többnyire pályázatok útján nyerik el, de a lakossági felajánlásokból (pl.: a SZJA 1%-ból), és különböző adományokból is jelentős összegeket tudnak összegyűjteni (Szalók, 2017).

A turizmus civil szervezetei a Magyar Köztársaság kikiáltása óta látványosan gyors számszerű növekedésnek indultak. Megszülettek a szükséges jogszabályok, melyek a tapasztalatok szerint megfelelő keretet biztosítottak a szektor fejlődéséhez. A különböző pártok és kormányok programjaikban kezdettől fogva támogatták a civil önszerveződéseket, szavakban mindig elismerően szóltak róluk, azonban tényleges párbeszéd és együttműködés nem alakult ki közöttük.

Az 1995-96-os évben meghirdetett „Turizmus éve” elindított egy folyamatot, amely termékenyítőleg hatott a turizmus állami irányítása és a civil szervezetek közötti kapcsolatra (Szalók 2016). A rendezvénysorozathoz pályázati úton nyújtott támogatás számos értékes esemény megvalósítását segítette elő. A civil szakmai szervezetek képviselőinek bevonása a pályázatokat bíráló bizottságokba jótékonyan hatott azok társadalmi elismertségének a növekedésére.

Az 1996-ban megrendezett első Miniszterelnöki Konferencia lehetőséget teremtett a szakmai szervezetek számára, hogy az Országgyűlés és a kormány képviselői előtt elmondhassák az álláspontjukat a turizmus gazdasági jelentőségéről, az ágazat tudatos és fenntartható fejlesztésének feltételeiről (Rehák, 2011). A civil szervezetek sikereként értékelhető, hogy a Miniszterelnöki Konferencián megfogalmazott célkitűzéseik megvalósultak (létrejött az Országgyűlés Idegenforgalmi Bizottsága és a turisztikai államtitkárság, megalakult a Magyar Turizmus Rt.). Az országos szintű tevékenységet folytató civil szervezetek mellett a helyi, térségi kezdeményezések sokasága indult el.

A turizmusban érdekelt civil szervezeteket az alábbiak szerint lehet csoportosítani (Remenyik-Sikó, 2017):

---

<sup>1</sup> Dr. Remenyik Bulcsú PhD, egyetemi docens, Budapesti Gazdasági Egyetem

<sup>2</sup> Dr. Szabó Lajos DSc, egyetemi tanár, Szent István Egyetem

<sup>3</sup> Dr. Guth László CSc, tanszékvezető egyetemi docens, Szent István Egyetem

<sup>4</sup> Sikó Botond PhD hallgató, Szent István Egyetem

### 1. Vállalati szférához kapcsolódó szervezetek

- Szakmai szervezetek,
- Turisztikai-, marketing- illetve termékszövetségek,
  - Borút Egyesületek
  - Regionális-, megyei-, kistérségi- és helyi turisztikai szervezetek (vendégváro körök, térségi turizmusért tevékenykedő egyesületek, marketing szövetségek)

### 2. Állami szférához kapcsolódó szervezetek

- Vezetési-, irányítás feladatokat ellátó szervezetek,
- Marketing tevékenységet folytató szervezetek,
- Állami tulajdonú ingatlanok kezelésével megbízott szervezetek,
- Programszervezők,

### 3. Vállalati és állami szférán kívül eső szervezetek

- Utazásszervezést (is) bonyolító szervezetek,
- Turisztikai program kialakításában szerepet játszó szervezetek,
- Programszervezés köré létrejött egyesületek,
- Hagyományőrző egyesületek,
- Nép- és iparművészeti egyesületek,
- Oktatást segítő egyesületek.

## Irodalmi áttekintés

Az utóbbi években a falusi turizmus helyzetével, fejlesztési lehetőségeivel kapcsolatban több jelentősebb tudományos igényességgel megírt publikáció jelent meg (Szalók, 2017, Virág, 2017, Zsarnóczky 2016). A szerzőknek a tanulmány elkészítéséhez a korábban készített könyvek (Csizmadia, 1992, Kovács 2003) is nagy segítségére voltak. Az adatok elemzéséhez a FATOSZ iroda munkatársai nyújtottak segítséget.

## Anyag és módszer

A Falusi- és Agroturizmus Országos Szövetsége 1994-ben kezdte meg munkáját, önkormányzati elven működő szakmai érdekképviseleti szervezet, önálló jogi személyiséggel (Csizmadia 1992). A FATOSZ célként tűzte ki a vidéki és agrártársadalmi gazdasági, társadalmi és kulturális fejlesztését, illetve a falusi turizmus minőségének folyamatos bővítését. A turisztikai kínálatot szeretné minőségileg fejleszteni, értékesítését támogatni. A falusi vendéglátók érdekeinek képviseletére törekszik, emellett a vidéki lakosság életkörülményeit is javítani szándékozik, illetve hosszú távú, biztos megélhetést kíván nyújtani a szolgáltatóknak. Mindeközben rendszeres felvilágosító munkát, és tapasztalatcserét biztosít.

Folyamatos egyeztetések után a FATOSZ dolgozta ki a falusi szálláshelyek osztályba sorolási rendszerét, minősítő feltételeit, melynek címe „A Falusi turizmus minősítő rendszerének szabályzata az Európai Unióban” lett. Ez a kiadvány szolgált alapjául a 110/1997. (VI.25) sz. Kormányrendeletnek ([www.fatosz.eu](http://www.fatosz.eu)).

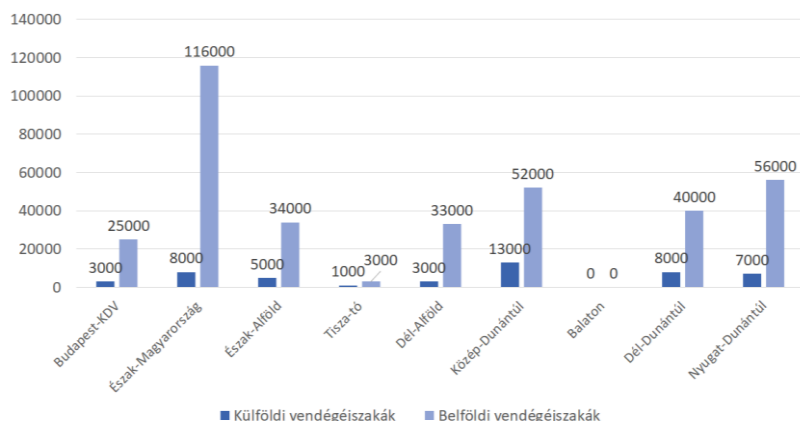
Szintén a FATOSZ érdeme annak a szaktanácsadói hálózatnak a kialakítása, amely tanácsokkal látja el a falusi vendéglátókat a szálláshely kialakítására vonatkozóan, és felkészíti azokat az osztályba sorolásra. A FATOSZ által minősített vendégházak Minősítő Bizonyítványt kapnak, és kitéhetik a FATOSZ emblémáját (Szalók, 2017). A Szövetség tagja lehet saját alapszabállyal rendelkező, önálló társadalmi szervezetek, pártoló tag pedig bárki, aki anyagilag, szellemileg vagy erkölcsileg támogatja a szervezetet.

Az anyag és módszer tekintetében a regionális elemzések módszerével mutatjuk be a falusi turizmus helyzetét, növekedési lehetőségeit. A területi adatok statisztikai vizsgálata során a turisztikai régiók fejlett és fejlődő desztinációkra különülnek el egymástól. Az általunk végzett kérdőíves kutatás szerint elmondható, hogy a közép- és az idősebb korosztályok számára még mindig vonzerőként jelentkeznek a vidéki térségek természeti- és kulturális értékei. Ezért az elemzésünkben arra a problémakörre keressük a választ, hogy a fiatal korcsoportokat hogyan lehetne a falusi turizmus rendszerébe integrálni.

## Térségmenedzsment és falusi turizmus

A civil szervezetek működését regionális szinten elemezve elmondható, hogy az eltöltött vendégéjszakák száma szerint az Észak-magyarországi Régió vezet a többi régió előtt (1. ábra). Észak-Magyarországot a vendégéjszakák száma (6500 éjszakával) alapján holtversenyben követi a Közép-dunántúli és a Nyugat-dunántúli Régió (a többi régió messze leszakadt tőlük).

## Magyar vidék - Perspektívák, megoldások a XXI. században



1. ábra. Vendégéjszakák száma az idegenforgalmi régiókban a falusi turizmus területén (Saját szerkesztés a KSH 2016-os adatai alapján)

Figure 1. Number of guest nights in rural tourism (Source: HSO, 2016)

Az Észak-magyarországi és a Közép-dunántúli Régió első és második helyezése történelmi okokra vezethető vissza, valójában erről a két területről indult el a turisztikai termék fejlődése. A falusi turizmus magyarországi kiépítésében nagy szerepe volt az 1929-ben megalakuló Országos Magyar Weekend Egyesületnek, majd 1936-tól az Országos Magyar Vendégforgalmi Szövetségnek (Rehák, 2011). A Szövetség a vidéki területek turizmusba való bekapcsolását valósította meg, utazási kedvezményeket biztosított a MÁV és a Hév vonalaira, szálláshelyek szervezésébe fogott, illetve megindította a vízparti weekend telepek kiépítését is. Az olcsó szállásoknak köszönhetően az 1930-as évek végére az alsó- és középosztályok számára is népszerűvé vált a vidéken történő nyaralás. Akkoriban a legjobb színvonalú falusi szálláshelyek a Mátrában és a Bakonyban működtek. A két hegyvidéken kiterjedt fogadó- és panzióhálózat, illetve családi nyaralók álltak a vendégek rendelkezésére, amikről részletes információkat nyújtó kiadványokban tájékoztatták az érdeklődőket. Az ország akkori üdülési igényeinek mintegy egyharmad részét a falvak elégítették ki (Csizmadia, 1992).

Az idegenforgalmi tevékenységbe bekapcsolódó falusi vendéglátók számára kis útmutató füzeteket adtak ki, melyek eligazították a tulajdonosokat, mit hogyan tudnak elintézni, hogyan járhatnak leginkább a külföldi vendégek kedvében. A falusi turizmus virágzását a második világháború előtti időkből a Községfejlesztői Bizottságok sikeres munkaprogramjának, marketingmunkájának is köszönhetjük.

A turistafalvak listáját a vendégéjszakák száma alapján az Észak-magyarországi Régió települései vezetik (Egerszalók 28000, Mátraszentimre 10443). A Balaton falusi települései a kiemelt turisztikai térség státusza miatt nem számíthatók bele a turistafalvak sorába.

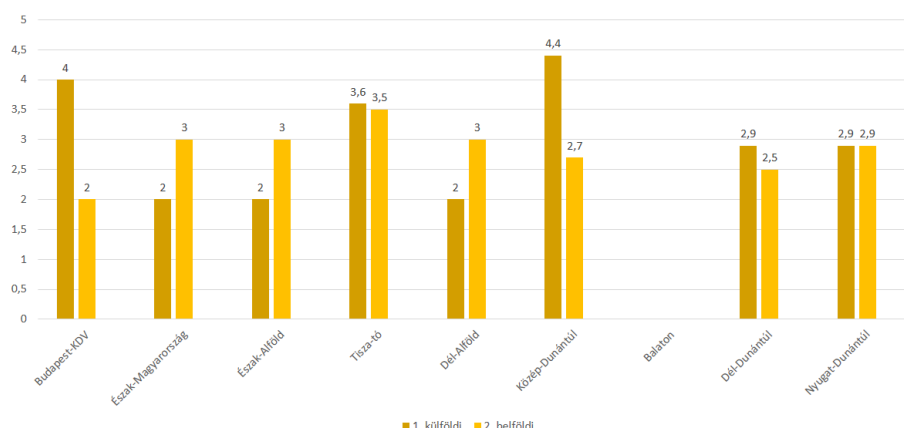
A turizmusipar szempontjából az Észak-magyarországi Régióban a Mátra települései mellett, a Heves megyei falvak egészségturizmusának a fejlődése jelentette a régió további erősödését. Ehhez kapcsolódott a Nógrád megyei Hollókő (1987), a Borsod-Abaúj Zemplén megyei Aggteleki-Karszt (1995) és Tokaj-Hegyalja (2002) területén lévő falusi települések világörökséggé nyilvánítása. A világörökségi cím jelentősen növelte a térségben lévő falusi települések látogatottságát (Aggtelek, Jósza, Tarcis, Tállya). A Tokaj környéki turisztikai kínálatot a kormány a 1092/2017-es kormányrendeletben önálló kiemelt fejlesztési desztinációként kívánja megjeleníteni, a határozat értelmében a Bodrog menti falvak is elindulhatnak a fejlődés útján (Virág, 2017).

A Mátra, a Bükk és a Bakony természeti adottságai, az ember alkotta vonzerői, és sajátos hangulata miatt hazánk egyik legsűrűbben látogatott desztinációja lehetne. Rendkívül kedvező adottságokkal rendelkeznek az idegenforgalom, ezen belül pedig a falusi turizmus számára. Továbbá számos sokszínű program, rendezvény még vonzóbbá teszi a környékeket. Azonban az előnyök maximális kihasználására a turizmus tekintetében a hegyvidékek térsége jelenleg nem képes. A hegyvidéki turizmusból hiányzik a kínálati elemek összefogása, a turisztikai termékek nem képeznek egy megfelelően összeállított egységet, amely alkalmas lenne a hosszabb idejű tartózkodás eléréséhez. A vonzerők nincsenek célcsoportokra differenciálva, továbbá szakszerű kiejánlásuk sem megoldott. Ezek a forráshiányra, a képzett, tapasztalt idegenforgalmi szakemberek alacsony számára vezethetők vissza. Sajnálattal tapasztaltam továbbá kutatómunkám során, hogy a szükséges együttműködések, összefogások hiánya sokszor az érintettek nemtörődömségének, és esetenként személyes konfliktusainak a következménye.

A belföldről érkező vendégek száma teszi ki az idelátogatók és itt éjszakázók legnagyobb részét. A külföldről érkező vendégek kisebbségben vannak, és körülbelül 80%-uk az Európai Unió tagállamaiból (Németország, Hollandia, Dánia, Szlovákia, Lengyelország) érkezik, utóbbiaknál a visszatérő vendégek száma jelentős.

A vendégkör legnagyobb részét a 40-50 év közötti korosztály alkotja. Fontos célcsoportnak tekinthetők még a kisgyerekes családok, a legtöbb szálláshelyen maximálisan felkészülnek a fogadásukra, a tartózkodásukra, így fel vannak szerelve többek között babaágygal, pelenkázóval, nyaranta gyermekmedencével. Továbbá jellemző még a kettőnél több generációból összeálló családok érkezése. A kirándulók és a maximum 1-2 éjszakát eltöltők közül a

diákcsoportokat, nyugdíjasok csoportjait említhetjük meg, a Közép-dunántúli Régió vezet az átlagos tartózkodási időben (4,4 éjszaka) (2. ábra).



2. ábra. Átlagos tartózkodási idő a falusi szálláshelyeken (Saját szerkesztés a KSH 2016-os adatai alapján)

Figure 2. Average residence time in rural accommodation (Source: HSO, 2016)

A tartózkodási időt az is növeli, hogy a hegyvidéki turizmus minden évszakban vonzó a turisták számára. Nyáron elsősorban a programok, a többi évszakban pedig a természet szépségei csalogatják ide a látogatókat. Főszezonnak azonban nem az országos statisztikának megfelelő július-augusztus hónapok számítanak (leszámítva a fesztiválturizmust). A Bakonyban a legtöbb turistaérkezés tavasszal és ősszel zajlik, ami a természet ébredésének és az őszi lombhullás látványának, hangulatának tudható be. A leglátogatottabb bakonyi települések közé tartozik Bakonybél, Csesznek, Szarvaskő, Gánt, Bakonybél és Nagyvázsony.

A vendégéjszaka számok alapján a sorrendet követve a Nyugat-dunántúli Régió következik a rangsorban. A Nyugat-Dunántúlról elmondható, hogy a régióban egyre gyorsabban halad a minőségi falusi turizmus kiépítése.

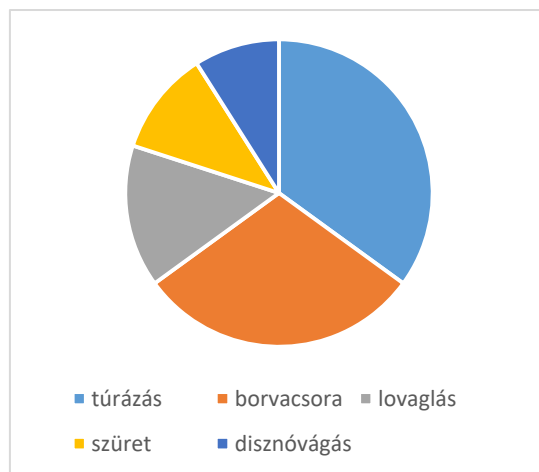
A megyék közül Zala részesedik a fogadóképesség legnagyobb hányadával (majdnem kétharmad részével), a falusi szállásadás területén kiemelkedik Zala megyében az Őrség területe. A falusi termálfürdők között Hegykő és Lipót mutatja a leggyorsabb fejlődést, de Borgáta és Kehidakustány is meghatározó szereppel rendelkezik (KSH 2016). A kulturális turizmus szempontjából jelentős szerepet játszik még Fertőhomok, Sarród, Bő, Szalafő, Velem, továbbá Hegyhátszentjakab, Nagyrákos és Órimagyarósd (Zsamóczky, 2016).

A falusi turizmus területén a legnagyobb férőhelyszámmal Zala megyében az Őrség települései mellett Márokföld, Nova és Kustánszeg, a Győr-Moson-Sopron megyei Lipót, Röjtökmuzsaj, Sarród, valamint a Vas megyei Borgáta, Hegyhátszentjakab, Mesteri és Velem rendelkezik.

Az utóbbi 5 év adatait elemezve elmondható, hogy a falusi turizmus területén a vendégéjszaka számok növekedése alapján a legnagyobb fejlődés a Dél-alföldi Régió megyéi mutatják, Csongrád és Békés megye falusi turizmusa az elmúlt évek során átlagosan 35%-al növekedett. Csongrád megye elsőségét Mórahalom és Ópusztaszer vendégéjszaka számainak a növekedése jelentette. A gyors fejlődés köszönhető a megyei FATOSZ vezetés rátermettségének az uniós pénzek ésszerű felhasználásának és a kormány támogatásának is.

## Eredmények és értékelésük

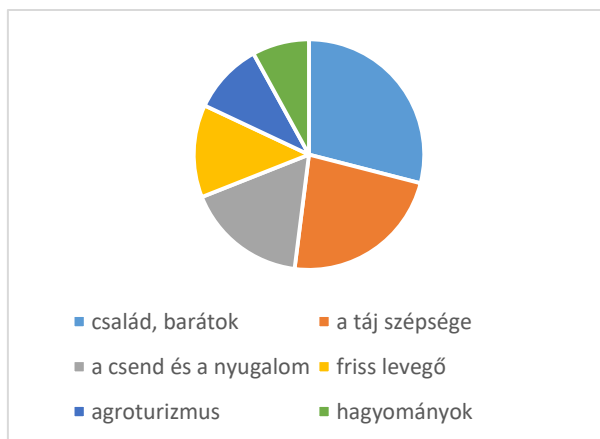
A kutatás során a fiatal korosztályok utazási szokásait vizsgáltuk, mert véleményünk szerint a falusi vendégházak látogatottságának a további növelése csak a célcsoport megnyerésével érhető el. A megkérdezett 300 hallgató közül 150 hallgató vett már részt a falusi turizmusban. A válaszadók között magasnak mondható 150 fős létszám annak köszönhető, hogy a korcsoport utazásaiban a fesztiválturizmus nagy szerepet játszik (Fishing on Orfű, Etyeki Piknik, Bánkító fesztivál), a felmérésből látható, hogy a fiatalok nagy érdeklődést mutatnak a szüretelés, a pálinkakóstolás és a borvacsorák iránt is.



3. ábra. Milyen szervezett programokon venne részt a falusi turizmus során?

Figure 3. What kind of organized programs would you participate in rural tourism?

A szervezett programok közül legtöbben a túrázást emelték ki, mint számukra vonzó elemet. Fontosnak tartották gasztronómiai programokat, a borvacscora mellett a falusi vendégasztalt a családi magánétkezésekhez előállított házi élelmiszerekhez és gasztronómiai hagyományokhoz kapcsolódó tevékenységek bemutatása és az így előállított saját készítmények értékesítése napi legfeljebb tizenöt látogató részére (Kovács, 2003). A szolgáltató (egy személy, ill. a vele közös háztartásban élő közeli hozzátartozóival) akkor folytathatja e tevékenységét, ha az illetékes jegyző nyilvántartásba vette, és természetesen meg kell felelnie a higiénia előírásoknak. A falusi vendégasztal nagy előnye, hogy segít a helyi mezőgazdasági termékek termesztésének ösztönzésében nagyobb piac biztosításával, így hozzájárul a bevétel növeléséhez, továbbá viszonylag egyszerűen bevezethető, nincsenek nagy beruházást igénylő tárgyi feltételei, továbbá nem kell az előállított élelmiszerekről gyártmánylapot vezetni. További előnye annak a problémának a kiküszöbölése, hogy a falusi szállásadóknál is elvárják a vendégek legalább a reggeli biztosítását.

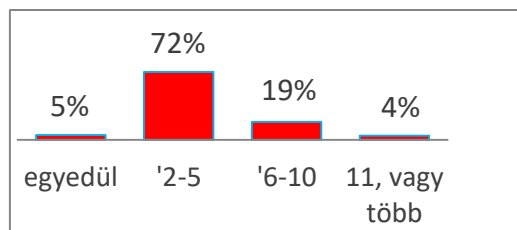


4. ábra. Mi motiválta, hogy a falusi turizmusban vegyen részt?

Figure 4. What motivated you to take part in rural tourism?

A megkérdezettek elsősorban a közösséget, a családi hangulatot emelték ki, a válaszadók másik része a pihenés, a természet közelsége, a friss levegő miatt választotta a turisztikai terméket. A felmérés szerint nem igazán foglalkoztatja a fiatalokat a kulturális örökségek és a környezet valamennyi fontos látnivalójának megtekintése. A már említett, jelenleg még nem annyira meghatározó 20 év körüli korosztály képviselőire inkább az jellemző, hogy olyan szálláshelyeket bérelnek ki egy-egy hétvégére, ahol a házigazda nincs jelen. Az elszeparált, mindentől és mindenkitől távol eső házakban bulikat, továbbá tábortüzes-beszélgetős estéket rendeznek.

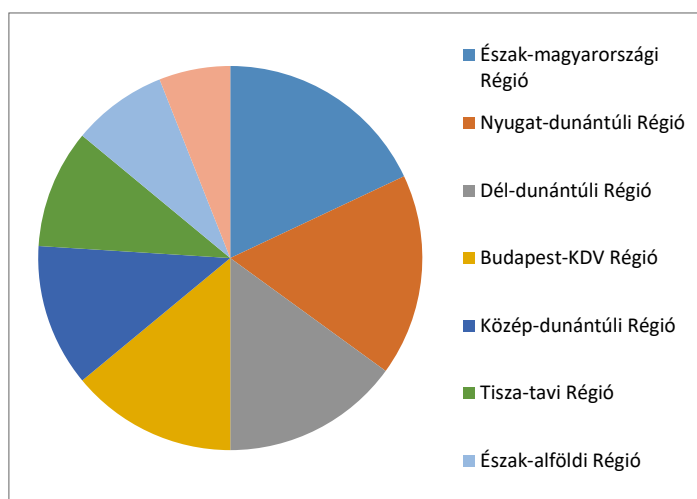




5. ábra. Hány fős társasággal venne részt legszívesebben a falusi turizmusban?

Figure 5. How many people would you like to participate in rural tourism?

Arra a kérdésre, hogy a fiatalok hány fős társasággal vennének részt a falusi turizmusban, egyértelműen a 2-5 fős társaságot jelölték meg a legtöbben.



6. ábra. Melyik régiót részesítenék előnyben a falusi turizmusban való részvétel során?

Figure 6. Which region would be preferred to participate in rural tourism

A fiatalok számára az Észak-magyarországi Régió mellett a dunántúli régiók látogatottsága a legmagasabb, a megkérdezettek szerint a vezető térségek mellé elkezdett felzárkózni a Tisza-tó is.

### Következtetések

A válaszadók szerint leginkább a természet és a hagyományok dominálnak a falusi turizmusban. A felmérések azt is bemutatták, hogy a fiatalok (mint célcsoport) igényei megváltoztak (felszabadult bulizás valamilyen programmal egybekötve, pl. disznóvágás stb.). A fiatalok sokkal jobban nézik az egyes régiók infrastrukturális viszonyait (melyik régió, hogyan közelíthető meg pl. vonattal, amivel a fiatalok könnyen oda tudnak jutni), illetve, hogy a térség mit kínál számukra, nekik fontos kérdés már, hogy van-e a vendégházban internet (wifi). A falusi turizmus marketingtevékenysége során a természet, hagyományok, csend és jó levegő gondolataira lehetne fókuszálni a kínálat kialakításakor, illetve szükséges ezeket a jelzőket továbbbővíteni (pl. tenni azért, hogy a fiataloknak eszébe jusson a helyi étkezési kultúra, a tradicionális életkörülmények és tevékenységek megismerése, vagy más).

### Összefoglalás

A falusi turizmus fejlesztése a vidék megtartóerejét, a falusi kis- és közepes vállalkozások működőképességét segíti. Összegzésként elmondható, hogy a turizmus fejlesztése területén fontos szerepet tölt be a már kiépült a FATOSZ hálózata, amely nagy szaktudással és professzionalizmussal menedzseli a helyi és a térségi desztinációkat, ezért a további fejlődés szempontjából a szervezetet mindenképpen támogatni szükséges. Ahhoz azonban, hogy a falusi turizmus területén (vendégéjszakák száma alapján, 2013 óta) megindult növekedés lendülete tovább is megmaradjon, fontos lenne a fiatal korosztályok megnyerése és az egyes NUTS (járások, megyék, régiók) szintek közötti összefogás megteremtése.

A turistafalvak fejlesztésére nagyobb figyelmet kell fordítani, mert a fejlődés területén azok húzzák majd a növekedést.

A falusi vendégházaknak törekedniük kell a minőségi turizmus kialakítására, hiába ítélik oda a 4 napraforgós jelölést, annak meg is kell felelniük! Az 1253 falusi vendégháznak nem lehet a 4/5-e 4 napraforgós, mert ez a minőségi turizmus ellen hat (2 napraforgós: 24, 3 napraforgós: 160, 4 napraforgós: 1069).

**Kulcsszavak:** falusi turizmus, turizmusfejlesztés, FATOSZ

### **Irodalomjegyzék**

- Csizmadia L. et al.: 1992. Fízetóvendéglátás és falusi turizmus I-II. KIT Kiadó, Budapest.
- Kovács D. (szerk.): 2003. A falusi turizmus hagyományai. Mezőgazdasági Kiadó, Budapest.
- Remenyik B.–Sikó B.: 2017. Regional Cooperation with NGOS in Tourism. NFL füzetek. Budapest, (megjelenés alatt)
- Szalók Cs. et al.: 2016. A turizmus-felsőoktatás a térségfejlesztés szolgálatában In: Bánhidai Csilla (szerk.) Turizmus a régiófejlesztés szolgálatában. Budapest: Nemzetstratégiai Kutatóintézet, pp. 152-161., Kárpát-haza szemle; 8., (ISBN:978-615-80106-7-2)
- Szalók Cs. et al.: 2017: A Balaton Régió települései turisztikai fejlettségének vizsgálata a Turisztikai Komplex Mutató (TKM) segítségével. Prosperitás különszáma
- Rehák G.: 2011. Turizmuspolitika Magyarországon. PhD-disszertáció. Debrecen.
- Virág Á.: 2017. A turisztikai együttműködés hatékonysága a Tokaji borvidéken. Falu, XXXII. (1) pp. 49-57.
- Zsarnóczky M.: 2016. Az idősek turizmusának hatásai a falusi szálláshelyeken. Falu Magazin. Hermann Ottó Intézet. Budapest, pp. 68-90.
- [www.fatosz.eu](http://www.fatosz.eu)
- [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu)

## **The Rural Tourism in Regional Development**

### **Abstract**

The development of the rural tourism helps the conserving force of the countryside and the operability of the small and medium-sized enterprises. To conserve the dynamic of the rural tourism's growth, the winning of the young generation and the creating of cooperation between the individual NUTS levels (processus, counties and regions) would be important. Besides of this more attention has to be paid on the development of tourist cities, because on the field of growth they bring the increase. At the marketing activity of the rural tourism nature, traditions, silence and good air could be brought into focus, and it is necessary to improve these attributes (e.g. to take measures so the young people would think on getting know the local gastronomic culture, traditional living conditions and professions). The network of FATOSZ manages the local and regional destinations with big knowledge and professionalism, therefore the support of the association is surely necessary for further development. The FATOSZ is also an association serving renewal, opposite to the competitors the touristic product cannot renew without the configuration of a diversified quality tourism.

**Keywords:** rural tourism, tourism development, Association of Tourism and Agrotourism

## A TOKAJI BORVIDÉK TURIZMUSÁNAK FOGYASZTÓI MEGÍTÉLÉSE

RITTER Krisztián<sup>1</sup> – BÉRES-VIRÁG Ágnes<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Szent István Egyetem, Gödöllő, Ritter.Krisztian@gtk.szie.hu

<sup>2</sup> Szent István Egyetem, Gödöllő, Virag.Agnes@gtk.szie.hu

### Bevezetés

Számos szakirodalmi anyag foglalkozik a vidéki térségek gazdasági, társadalmi problémáival; illetve az azokra adható válaszokkal, jövőbeli lehetőségekkel és fejlesztésekkel (Áldorjai, 2014; Ritter, 2014; Oláh et al., 2013; Nagy et al., 2012;). Az utóbbi évtizedekben egyre inkább előtérbe került az endogén erőforrásokra alapozott fejlesztések fontossága (Káposzta et al., 2015; Kassai-Ritter, 2011), amihez kapcsolódva felértékelődik a vidéki térségek turisztikai teljesítménye, potenciálja és szerepe. A Tokaji Borvidék hazánk egyik legismertebb, és véleményünk szerint az egyik legszebb borvidéke, mely azonban hátrányos helyzetű vidéki térség. A borvidék településeit érintő gazdasági, társadalmi problémák ellenére a turizmust kitörési pontnak vélik a különböző vidékgazdasági szereplők (Virág, 2017; Varga-Nagy, 2017). Egyetértünk Csorba (2012) azon véleményével, hogy a Tokaji Borvidék hazánk egyik legjobb világreklámja lehetne, ha az adottsághoz méltó szolgáltatások és fejlesztések valósulnának meg a térségben. A magyar kormány 2013 végén bejelentette, hogy a Tokaji Borvidék kiemelt fejlesztési terület lesz a következő Uniós időszakban. Véleményünk szerint kiemelt figyelmet érdemes fordítani arra, hogy a támogatások felhasználásával olyan célirányos fejlesztések valósuljanak meg, amelyek hosszú távon is képesek a borvidék komplex helyzetét javítani. Úgy gondoljuk, hogy a borvidék turisztikai fejlesztését nagymértékben segítheti a turisták igényének és elvárásainak ismerete. Felvetődik a kérdés, hogy a fogyasztók hogyan ítélik meg a Tokaji Borvidéket, mi jellemzi a borvidék turizmusát – azt egységben látják vagy csak egy-egy települést és a tokaji aszút emelik ki, – a látogatók mennyire elégedettek a turisztikai és egyéb feltételekkel, milyen fejlesztéseket, szolgáltatásokat vennének szívesen. A turisták visszajelzéséből számos újabb ötletet és fejlesztési irányvonalat lehet felvázolni. A fogyasztói szegmens véleményének feltárása kulcskérdés lehet a borvidék jövőbeli turisztikai kínálatának szempontjából.

### Irodalmi áttekintés

Hazai és nemzetközi szinten az egyik leghíresebb borvidékünk, a Tokaji Borvidék Észak-Magyarországon, Borsod-Abaúj-Zemplén megyében található. Az Észak-Magyarországi Turisztikai Régió egyik borászati és turisztikai térsége, melynek fejlesztése kiemelt prioritásként jelent meg a 2007-2013-ra vonatkozó Észak-Magyarország Régió Turizmusfejlesztési Stratégiájában is. A stratégiában megjelölt célok között szerepelt a szőlőhöz és borhoz kapcsolódó kínálat kialakítása, illetve a borhoz kapcsolódó történelmi és kulturális hagyományok bemutatása és arculatának létrehozása (ld. ÉMRTS, 2006). Bujdosó és Kovács (2011) szerint akkor van jövője a borvidéknek, ha a szőlőtermesztés, a bortermelés és a turisztikai szektor együttesen képes jövedelmező munkalehetőségeket biztosítani hosszabb távon is a térség lakossága számára.

A Tokaji Borvidék a Zempléni-hegység lábánál, a tokaji Kopasz-hegy, az abaujszántói és sátorlajaujhelyi Sátor-hegy között található. Tokaj-Hegyalja délkeleti kitérűsége, erősen tagolt dombvidék, területének átlagosan 30%-a szőlőtermelésbe vont terület (Boros et al., 2012). Az éghajlati és talajadottságok, a folyók közelsége, a szőlőfajták és a nemes penész meglete kedvez a minőségi borkészítésnek. A borvidék egyedisége, hogy a feketepenész (*Cladosporium cellare*) nemespenészként megtelepszik a pincék, hordók és palackok oldalán, ezzel hozzájárul a tokaji borok jellegzetes íz- és zamatanyagához, valamint turisztikai értéke is van. A Tokaji borvidéket 1737-ben a világon először zárt borvidékké nyilvánították, amihez szigorú törvényi szabályozás párosult, így sikerült a borvidék szőlőtermesztési kultúráját, hagyományait megtartani eredeti formában (Boros, 2012).

Egyetértünk Beluszky (2009) azon megállapításával miszerint Tokaj-Hegyalja egy páratlan táj, ahol a történelem során a legnagyobb mértékben feszültek egymásnak a különböző lehetőségek, adottságok, illetve a megjelenő akadályok és kényszerállapotok, így a tájat a felemelkedések-hanyatlások sora jellemezte. A múlt századokban a természetföldrajzi adottságokból (alföld, domb- és hegyvidék találkozás) kiindulva fontos áruközvetítő, illetve szőlőtermesztése miatt jelentős árutermelő táj is volt. Jellemző volt, hogy kapcsolatrendszere az országhatáron túlra is kiterjedt, ezáltal jelentős nyitottság és befogadó készség jellemezte, így rendkívül sokszínű tájkép és lakosság alakult ki. A tájra jellemző lazább feudális viszonyok tovább erősítették a helyi társadalom kedvezőbb helyzetét az ország más területeihez képest. A nyitottság és a befogadás mellett a mai napig a konzervativizmus földje is a térség, ami főleg a borászati közegben érezhető leginkább (Beluszky, 2009). Kutatási kiindulva úgy véljük, hogy ezen tényezők többsége a mai napig visszatükröződik a borvidék mindennapjaiban.

Egy régi mondás szerint: „Hegyalját a Jóisten jókedvében teremtette” (Zelenák, 2012). A leletek tanúsága szerint már ősidők óta foglalkoznak szőlőtermesztéssel a térségben, itt találták meg a mai szőlőfajták közös őseinek tekintett miocén korból származó összölő levél lenyomatát. A szőlők létéről a Turóczi prépostság alapítólevelében találták az első hivatalos említést, mely 1251-ből származik (Boros, 2012), viszont csak a Szerémség törökök általi elfoglalása után (16. század) vált az ország legjelentősebb borvidékévé (Frisnyák és Gál, 2012a). A hagyomány szerint a 17. században Szepesi Laczkó Máté készítette először aszúbort Lórántffy Zsuzsa fejedelemasszonynak, azonban ezt a legendát megcáfolta Balassa István (lásd részletesebben: Balassa, 2012), aki feltárta, hogy egy 1590-

ben megjelent szótárban már említésre került az aszú (Orosz, 2012). A 17. és 18. században Magyarország egyik legtehetősebb, legfejlettebb régiója volt a borvidék (G. Fekete, 2012). A szőlőtermesztéshez és a bortermeléshez kapcsolódó foglalkozások (hordókészítés, pincevájás, kővágás) biztos megélhetést jelentettek a lakosok számára. 1885-ben a Tokaji Borvidéken is megjelent a filoxéria, melynek hatására a szőlőültetvények jelentős része elpusztult, ami által a lakosság nagy része elszegényedett (Frisnyák és Gál, 2012b), a szőlő- és borágazat hanyatlásnak indult (G. Fekete, 2012), kimagasló szerepkörét már nem tudta újra megerősíteni. Az 1960-as évektől napjainkig 27 település alkotja a Tokaji Borvidéket: Abaújszántó, Bekecs, Bodrogkeresztúr, Bodrogkisfalud, Bodrogolaszi, Erdőbénye, Erdőhorváti, Golop, Hercegkút, Legyesbénye, Mád, Makkoshotyka, Mezőzombor, Monok, Olaszliszka, Rátka, Sáradsadány, Sárospatak, Sátoraljaújhely, Szegi, Szegilong, Szerencs, Tállya, Tarcal, Tokaj, Tolcsva és Vámosújfalú. Egykor a bortermő vidék része volt két szlovákiai település is, Szőlőske és Kistoronya (Boros, 2012). 2002-ben az UNESCO kultúrtájként a világörökség részévé választotta a nemzetközileg is egyedülálló borvidéket (Frisnyák et al., 2009). Tíz év elteltével történeti tájjá is nyilvánították, amivel a különböző értékek, hagyományok hosszú távú fenntartását kívánták biztosítani (Boros et al., 2012). Egyetértek Csorba (2012) azon megállapításával, hogy mindegyik településnek sajátos értéke, vonása van, illetve, hogy a jövőben sokkal nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a térség fejlesztésére és építészeti örökségeinek ápolására. Ezt a ritka értéket a kormányzat is felkarolta, és a 2014-2020 közötti uniós költségvetési időszakban kiemelt fejlesztésű turisztikai térségnek nyilvánította a borvidéket. Ebből a rövid történelmi áttekintésből is látható, hogy a tokaji bor különleges szerepet töltött és tölt be napjainkban is mind hazai, mind nemzetközi szempontból.

### **Anyag és módszer**

A szakirodalmi anyagok, illetve a saját tapasztalatok alapján célul tűztük ki, hogy felmérjük a turisták, vagyis a fogyasztói oldal véleményét, hiszen azokból számos új ötletet, fejlesztési irányt lehet meghatározni. Különös tekintettel a tokaji bor és borvidék turisztikai megítélésére fókuszáltunk az online kérdőíves felmérés során. A zárt és nyitott kérdéseket egyaránt tartalmazó kérdőív az általános személyes adatokon túl kitért a borvidék turisztikai potenciáljának értékelésére, a látogatási motivációra, az utazás hosszára, az ott szervezett tapasztalatokra. Ezen túlmenően igyekeztünk feltárni, hogy milyen fejlesztéseket, újdonságokat vennének szívesen a jövőbe. Ezek mind hozzájárulhatnak, hogy a jövőben még inkább fogyasztói igényekre alapozott turisztikai fejlesztések valósulhassanak meg a borvidéken belül.

### **Eredmények és értékelésük**

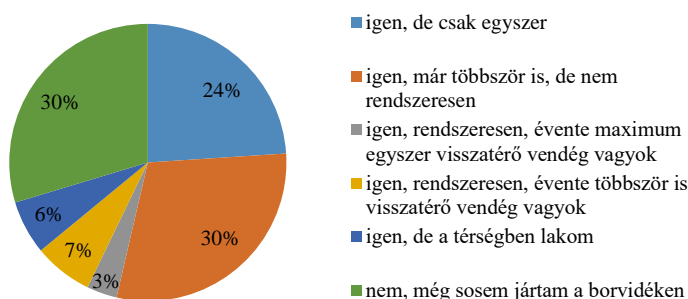
Összesen 509 fő vett részt a felmérésben. A válaszadók körében a nők voltak többségben, 44% volt a férfi, 56% pedig a női kitöltők aránya. A lakóhely szerinti megoszlás rendkívül sokszínű volt, számos hazai településről érkezett válasz, de előfordult néhány külföldön élő magyar válaszadó is. Régiók szerint csoportosítottam a kitöltőket, külön csoportot képeztek a külföldi lakóhelyet megadóak. A legtöbb válaszoló (55%) a közép-magyarországi régióból került ki, ezen belül is jelentős volt a budapesti (a régióból érkezett kérdőívek 65%-a) kitöltők aránya. A dél-alföldi, illetve az észak-magyarországi régióból is számos kitöltés származott, mindkét régióban 11-11% volt a válaszadók aránya a többi hazai régió esetében már 10% alatt volt a kitöltési arány. A külföldön élő kitöltők, összesítve 3%-ot jelentettek. A közép-magyarországi régió túlsúlya mellett a területi eloszlás heterogén volt. A válaszolók életkora szintén szóró arányokat mutatott. A 15 és 20 évesek aránya minimális volt (6,7%). A legnagyobb arányt képviselték a 21 és 30 év közöttiek, akik 44,4%-ot tettek ki. Emellett jelentősnek mondható a 31-40, illetve a 41-50 évesek aránya is, előbbi 22%-os, míg utóbbi 15%-os arányt ért el. Az 51 évnél idősebb korosztály kitöltési aránya 11,8% volt.

Arra kértük a válaszadókat, hogy írják le mi az a három dolog, ami eszükbe jut a Tokaji Borvidék hallatán (1. ábra). A Tokaji Borvidék szinte egyenlő az aszúval, a válaszadók jelentős többsége asszociál eme édes borfajtára. Az édes, a furmint és a szőlő is az élménybe volt az említési arányokban. A borvidék termékeihez párosul a minőség, ami a szőféléhből is szembetűnő, tehát a minőségi borok nagymértékben köthető e nemzetközileg is ismert borvidékhez, ami véleményem szerint nagyon fontos tényező turisztikai szempontból is. Az említések körében még egy másik borfajta is szerepelt, a szamorodni, de a puttony, a fehérbor, a bor, a hegyek, a finom, a pince szavak jelentek meg leginkább a válaszok között. Megemlítendő, hogy Mád és a Szepsy borász család is jelentős mértékű említést ért el.



1. ábra: A válaszadók Tokaji Borvidékhez köthető asszociációnak szófelhője/ Respondents' associative word bubble about Tokaj Wine Region  
 Forrás: saját kutatás és szerkesztés, 2017.

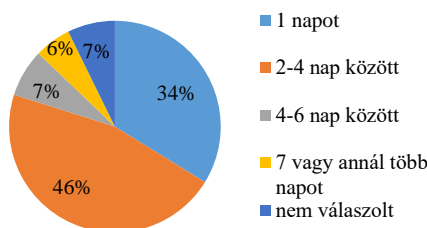
A következő kérdés arra vonatkozott, hogy a kitöltő járt-e már a Tokaji Borvidéken vagy sem (2. ábra). A válaszadók kicsivel több, mint egynegyede (30%) még sosem járt a borvidéken, a többség viszont már járt a térségben, és rendelkezett különböző élményekkel. A borvidéken már jártak körében 24% volt, aki csak egyszer járt ott, 30%-uk többször is visszatért, de nem rendszeres látogató volt. Rendszeresen, évente akár többször is visszatérő vendégként jelölte meg magát a kitöltők 7%-a, a térségben élők aránya 6% volt, míg a rendszeresen, de évente maximum egyszer visszatérők aránya már csak 3%-ot ért el. Nagyon fontosnak tartom, hogy a felmérésben részt vevők 70%-a már járt a borvidéken, tehát rendelkezik releváns élményekkel, tapasztalatokkal.



2. ábra: A borvidék látogatottsága a kitöltők körében (%) / Visitors' attendance of wine region between respondents (%)  
 Forrás: saját kutatás és szerkesztés, 2017.

A következőkben azok választát és véleményét elemezzük, akik már jártak a Tokaji Borvidéken, számuk összesen 358 fő volt. Elsőként felmértük, hogy az érintett kitöltők mikor jártak utoljára a borvidéken. A legnagyobb arányban azok voltak, akik egy éven belül (29%) látogattak el a térségbe. Közel azonos volt a 3-5 éve (24%) és a több mint 5 éve (21%) a borvidéken jártak aránya. 1-2 éve látogattak el a borvidékre 19%-a, míg 7% nem adott választ a kérdésre. Kiemelten fontosnak tartjuk a felmérés esetében, hogy az érintettek közel fele (48%) két éven belül járt a borvidéken, így relatíve friss élménnyel és tapasztalattal rendelkezik a téma kapcsán.

A kérdések során kitértünk arra is, hogy hány napos volt a látogatók leghosszabb tartózkodás ideje (3. ábra). A többség (46%) 2-4 napot töltött el a borvidéken, és magas arányban voltak azok is, akik csak egy napos (34%) kiránduláson vettek részt. Már jóval kisebb arányban voltak, akik 4 napnál hosszabb időt (4-6 nap: 7%; 7 vagy annál több napot: 6%) töltöttek el a borvidéken. A legtöbb érintett kitöltő tartózkodási ideje egy és négy nap között volt, ebből arra is lehet következtetni, hogy a Tokaji Borvidék esetében a pár napos utazások jellemzőek.



3. ábra: Az érintett kitöltők megoszlása a borvidéken tartózkodás ideje szerint (%) / The time to stay of respondents in the wine region (%)  
 Forrás: saját kutatás és szerkesztés, 2017. (n = 358)

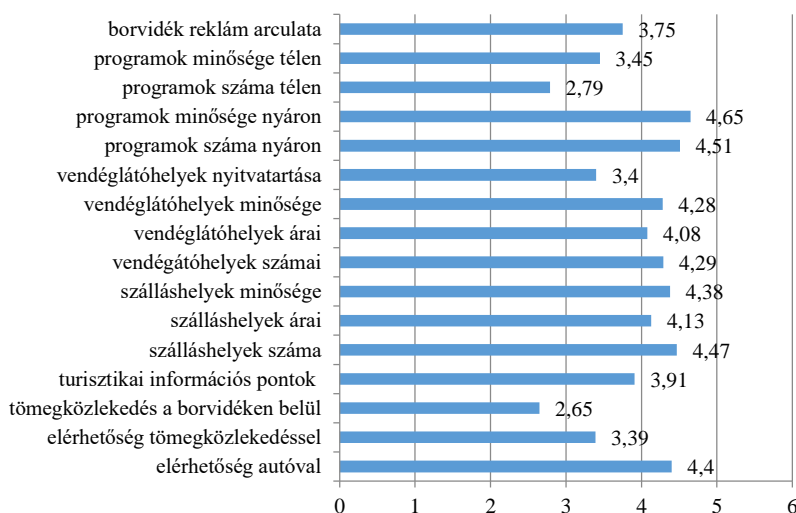
A következő kérdésben az utazások céljaira kérdeztünk rá. A legnagyobb arányt képviselték a családi és baráti kirándulások (47%), valamint a borturisztikai indíttatású látogatások (34,6%). Fontos utazási cél volt még a természetjárás, ökoturizmus, de a fesztiválok és egyéb rendezvények is számottevő motiváló tényezők voltak.

Kitértünk arra is, hogy megismerjük, a látogatóknak mi tetszett legjobban a borvidéki utazásuk során, a kérdés nyitottsága miatt többféle választ is adhattak. A borvidéki táj szépsége és nyugalma, túrázási lehetőségei, valamint a borok és az azokhoz kapcsolódó szolgáltatások tetszetek leginkább (79%). A vendégszeretet és a kultúra is

többek számára eredményezett kellemes élményt az utazások során (52%), míg a történelem és a kínált programok már jóval kisebb említési arányban jelentek meg (32%).

A következő kérdés arra vonatkozott, hogy mi a Tokaji Borvidék legfőbb vonzereje. A borvidéken már jártak körében a legfőbb vonzerő a bor adta lehetőségeken (82%) kívül egyértelműen a természeti környezet, a táj szépsége és a különböző túrázási lehetőségek (75%). A kulturális értékek már jóval kisebb arányban kerültek említésre (41%), míg a történelmi értékek vonzereje rendkívül minimális említési arányt ért el (12%).

Mivel a felmérésben részt vevők 70%-a már járt a Tokaji Borvidéken, valamint ezen válaszadók közel fele két éven belül látogatott el a térségbe, így aránylag friss tapasztalattal és véleménnyel rendelkezik a borvidékhez kapcsolódó turisztikai ellátottságot tekintve (4. ábra). Az érintett kitöltőknek értékelni kellett a megadott szempontok szerint a borvidéki kínálatot, így ismertem meg a különböző turisztikai potenciálok megítélését a turisták oldaláról. A legkedvezőtlenebb átlagot (1-6 skálán) a borvidéken belüli tömegközlekedés (2,65) illetve a téli programok száma (2,79) érte el. Míg a nyári szezonban szervezett programok száma (4,51) és minősége (4,65) kapta a legjobb értéket a látogatók véleménye szerint. Összességében az átlagszámok azt jelzik, hogy a turisták szerint még jelentős fejlesztésekre szorul a térség, így ezen összesített eredményeket érdemes a jövőbeli tervezések során szem előtt tartani.



4. ábra: A turisztikai potenciálok átlagos megítélése a térségbe látogatók körében (átlag) / The average judgement of tourist potentials (average)  
Megjegyzés: 1-6 skála, ahol 1: minősíthatetlen; 6: kiváló.

Forrás: saját kutatás és szerkesztés, 2017. (n = 358)

A következő kérdésben feltártam, hogyha tehetnék, milyen szolgáltatások iránt érdeklődnének a jövőben az érintettek. A válaszok alapján legnagyobb arányban borkóstolón (38%), pincelátogatáson (38%) és borvacsorán (33%) vennének részt. A borfesztivál (32%), a dülőlátúra (27%), a borbusz/bortúra (23%) és a boros gazdánál való látogatás (21%) is sokak számára vonzó programlehetőség. 21% nem adott választ, míg 8%-ban egyéb borturisztikai igényeket vetettek fel, mint például szüretlátogatás, nyitott pince, szakmai előadások, illetve 2% volt azok aránya, akik nem vennének részt borturisztikai programokon.

A következő nyitott kérdésben kifejtették véleményüket a térségbe már látogatást tett válaszadók, hogy tapasztalatuk és véleményük szerint milyen fejlesztésekre lenne szükség a borvidék esetében. A legnagyobb arányban (84%) infrastrukturális fejlesztéseket gondolnak időszerűnek, ezen belül is az utak, dülőutak állapotát, a tömegközlekedés javítását, a vízi turizmus feltételeinek javítását, a különböző épületek és városképek javítását említették legtöbbször. A programok és a kínálat színesítésére is van igény (71%). Az is egyértelműen kiderült, hogy a boros programok mellett más családi és egyéb programok szervezésére nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a térségben. 51%-os arányt ért el a marketing, a szálláshely, valamint a vendéglátás területéhez kapcsolódó fejlesztési igény. Főleg minőségi és kedvezményes áron elérhető szállásokra, vendéglátóhelyek bővítését említették, míg a marketing kapcsán sokkal aktívabb és a kínálatot jobban menedzselő marketinget várnának el a borvidék esetében. A humán infrastruktúra fejlesztése is számottevő fejlesztési területként jelent meg (34%), sokan a helyiek szemléletváltására, valamint a szakképzett munkaerőre hívták fel a figyelmet. Jelentős arányú volt az egyéb kategória is (29%), melyen belül említésre került például a borászatok fejlesztése, pincék nyitva tartásának átgondolása, reálisabb árstruktúra, kereskedőház normális működtetése, vagy épp az összefogás erősítése a szolgáltatók között.

#### Következtetések

Kutatásunk eredményeire alapozva egyértelműen kijelenthető, hogy a kitöltők a Tokaji Borvidék kapcsán erősen asszociáltak az aszú és az édes szavakra, ebből arra lehet következtetni, hogy Tokaj-Hegyalját még mindig csak

az édes borok hazájának tekintik, pedig az elmúlt években egyre nagyobb törekvés indult el, hogy a tokaji száraz borok is előtérbe kerüljenek. A felmérés pozitív eredményének tartjuk, hogy a válaszadók 70% már járt a borvidéken, azon belül majdnem 50% pedig két éven belüli utazás által releváns élményekkel és tapasztalatokkal rendelkezett. A válaszokból kiderült, hogy a Tokaji Borvidék leginkább 1-4 napos desztinációként értékelhető, ennek mentén javasoljuk 1-4 napos programcsomagok kialakítását. Az utazási motivációk között a család, baráti kirándulás és borkóstolás jelent meg, míg a legkedveltebb turisztikai értékek vélték a tájat, a túrázási lehetőséget és a borokat. A kitöltők a legfőbb vonzerők közé sorolták a bor és a természeti környezetet, de a vendégszeretet is kimagasló említést ért el. A turisztikai potenciálvizsgálat alapján a legrosszabb állapotúnak vélték a borvidéken belüli tömegközlekedést, míg legjobbnak a nyári programok számát és minőségét. Legnagyobb borturisztikai igény a borkóstolók és a pincelátogatások iránt mutatkozott, míg leginkább infrastrukturális és programkínálati fejlesztésekre van szükség a válaszadók szerint.

Összességében elmondható, hogy a fogyasztói csoportnál egyértelműen megjelent a programok és szolgáltatások bővítésének fontossága, tehát igény van a színes, élmény-gazdag rendezvényekre a minőségi kikapcsolódásra. Ezekhez kapcsolódóan szükség van a minőségi szállás- és vendéglátóhelyekre, melyek kényelmes és komfortos ott tartózkodást biztosítanak. A leghíresebb borvidékünk fő erőforrása a bor, mégis szükség van a hozzákapcsolódó egyéb szolgáltatásokra is, ami alátámasztja, hogy nem elegendő csak a borra építeni a kínálatot, hanem a turizmus területén is komplex fejlesztésekre van szükség. A Tokaji Borvidék jövőbeli fejlődéséhez a megfelelő infrastruktúra kialakítása mellett leginkább egyedi és minőségi programokra és szolgáltatásokra van szükség. Azonban azt is célszerű hangsúlyozni, hogy a turizmus egy lehetőség, de nem csodaszer, így a humán infrastruktúrára, a szemléletváltásra és az egyéb fejlesztésekre (összefogás erősítése, borászatok támogatása) is érdemes fókuszálni, hogy a borvidék hosszabb távon is sikereket érjen el, illetve adottsága és hírneve alapján elfoglalhassa méltó helyét hazánk turisztikai piacán.

### Összefoglalás

A Tokaji Borvidék hazánk egyik legrégebbi borvidéke, mely értékei ellenére hátrányos helyzetű vidéki térség. A vidékgazdasági szereplők a turizmust kitörési pontnak tekintik. Az állami vezetés a Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség kiemelt turisztikai térség részeként a borvidéket is fontos fejlesztési területté nyilvánította. Ennek alapján kiemelten fontosnak tartjuk felmérni azt, hogy a látogatók milyen tapasztalatokkal, élményekkel rendelkeznek, illetve milyen jövőbeli igényeket fogalmazznak meg a Tokaji Borvidék turizmusával kapcsolatban. Kérdőíves felmérésünkben vizsgáljuk a borvidék turisztikai potenciáljának megítélését, az utazások célját és hosszát, a borturisztikai szolgáltatások iránti keresletet, végül az igények feltárásával fejlesztési lehetőségeket, javaslatokat fogalmazzunk meg, amelyek révén a Tokaji Borvidék hazánk egyik kiemelkedő turisztikai régiójává válhat. Véleményünk szerint a fogyasztói igényekre is alapozott fejlesztések hosszabb távon tudják biztosíthatják a turizmus működését a borvidéken belül.

**Kulcsszavak:** Tokaji Borvidék, vidéki turizmus, desztináció, fogyasztói megítélés, fejlesztés

### Irodalom

- Áldorfai Gy. (2014): Methodology examination of the local economic development based on subjective factors. VESTNIK APK STAVROPOLYA / AGRICULTURAL BULLETIN OF STAVROPOL REGION 1 (13): pp. 4-7.
- Beluszky P. (2009): Hegyalja – A páratlan táj. In: Gál A. – Hanusz Á. (szerk.): Tiszteletkötet dr. Frisnyák Sándor professzor 75. születésnapjára. Nyíregyházi Főiskola – Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza – Szerencs, pp. 13-26.
- Boros L. (2012): Tokaj-Hegyalja szőlőterületének idő- és térbeli változásai a 18-20. század folyamán. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.), (2012): Tokaj-hegyaljai borvidék. Nyíregyházi Főiskola – Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza-Szerencs, pp. 41-55.
- Boros L. – Horváth G. – Csüllög G. (2012): Tokaj-Hegyalja szőlő- és borgazdaságának természetföldrajzi alapjai. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.), (2012): Tokaj-hegyaljai borvidék. Nyíregyházi Főiskola – Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza-Szerencs, pp. 23-40.
- Bujdosó Z. – Kovács T. (2011): Az Észak-Magyarországi Turisztikai Régió. In: Dávid L. – Remenyik B. (2011): A Kárpát-pannon térség turizmusföldrajza. Regionális Turizmuskutatás Monográfiák 3. Károly Róbert főiskola, Turizmus és Területfejlesztési Tanszék, Gyöngyös, pp.158-157.
- Csorba Cs. (2012): A hegyaljai borfálvak és -városok műemlékei. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.), (2012): Tokaj-hegyaljai borvidék. Nyíregyházi Főiskola – Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza-Szerencs, pp. 171-192.
- Észak-Magyarországi Régió Turizmusfejlesztési Stratégiája 2007-2013. (2006), Miskolc, 117. p.
- Frisnyák S. – Gál A. – Horváth G. (2009): A Zempléni-hegység földrajzi lexikona. Nyíregyháza – Szerencs, 429 p.
- Frisnyák S. –Gál A. (2012a): A filoxéra és az ármentesítés hatása Tokaj-Hegyalja tájhasználatára. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.), (2012): Tokaj-hegyaljai borvidék. Nyíregyházi Főiskola – Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza-Szerencs, pp. 135-144.
- Frisnyák S. –Gál A. (2012b): Tokaj-Hegyalja tájhasználat a 20. század elején In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.), (2012): Tokaj-hegyaljai borvidék. Nyíregyházi Főiskola – Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza-Szerencs, pp. 145-156.
- G. Fekete É. (2012): Tokaj-Hegyalja térszerkezeti sajátosságainak érvényesülése a területpolitikában. Frisnyák S. – Gál A. (szerk.), (2012): Tokaj-hegyaljai borvidék. Nyíregyházi Főiskola – Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza-Szerencs, pp. 193-205.



## Magyar vidék - Perspektívák, megoldások a XXI. században

Káposzta J. – Ritter K. – Kassai Zs. (2015): Hungarikumok területi jelentőségének vizsgálata, különös tekintettel a pálinkára. *Tér és Társadalom*, 29 (4), pp.139-153.

Kassai Zs. – Ritter K. (2011): Helyi vidékfejlesztési programok a hátrányos helyzetű vidéki térségekben. *Gazdálkodás*, 55 (4), pp. 337-346.

Nagy H. – Tóth T. – Oláh I (2012): The role of local markets in the sustainable economic development of Hungarian rural areas. *Visegrad Journal On Bioeconomy And Sustainable Development* 1:(1) pp. 27-31.

Oláh I. – Ritter K. – Tóth T. (2013): The role of local communities in the disadvantaged rural areas. In: Szendrő Katalin, Soós Mihály (szerk.): Proceedings of the 4th International Conference of Economic Sciences. 595 p. Konferencia helye, ideje: Kaposvár, Magyarország, 2013.05.09-2013.05.10. Kaposvár: Kaposvár University, 2013. pp. 547-553.

Orosz I. (2012): Adatok a Tokaj-hegyaljai szőlő és borkultúra történetéhez. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.), (2012): Tokaj-hegyaljai borvidék. Nyíregyházi Főiskola – Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza-Szerencs, pp. 71-89.

Ritter K. (2014): Possibilities of local economic development (led) in lagging rural areas. *Acta Carolus Robertus* 4 (1) pp. 101 – 107.

Varga-Nagy A. (2017): A turizmus helyzete a vidéki területeken. In: Árpási Zoltán, Gurzó Imre (szerk.): Felelős turizmus: nemzetközi tudományos konferencia. 155 p. Konferencia helye, ideje: Békéscsaba, Magyarország, 2016.11.29-2016.12.01. Békéscsaba: Alapítvány a Felsőfokú Közgazdasági Képzésért Békés Megyében, pp. 133-140.

Virág Á. (2017): Egy TDM szervezet hatékonysága a tokaji borvidéken. In: Árpási Z. – Gurzó I. (szerk.): Felelős Turizmus – Nemzetközi Tudományos Konferencia. Békéscsaba, Alapítvány a Felsőfokú Közgazdasági Képzésért Békés Megyében, 2016. november 29-30. – december 1. pp. 149-155.

Zelenák I. (2012): Tokaj titkai. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.): Tokaj-hegyaljai borvidék. Nyíregyházi Főiskola – Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza-Szerencs, pp. 117-134.

### Consumer judgment of tourism in Tokaj wine region

#### Abstract

*The Tokaj Wine Region is one of the oldest wine regions in Hungary, despite its values, it is a disadvantaged rural area. Tourism is considered a breaking point by the various rural operators. State leadership has declared the wine region as an important development area as part of the Tokaj, Felső Tisza and Nyírség priority tourism regions. Based on this, we consider it extremely important to evaluate the experiences and future demands of visitors regarding the tourism of the Tokaj Wine Region. In our questionnaire we examine the assessment of the tourist potential of the wine region, the purpose and length of the trips, the demand for wine tourist services, and finally the exploration of the needs, we formulate development opportunities and suggestions; whereby the Tokaj Wine Region can become one of the most prominent tourist regions of our country. In our opinion, developments based on consumers' demand can ensure the operation of tourism in the wine region in longer term.*

**Keywords:** Tokaj Wine Region, rural tourism, destination, consumer judgment, development

