

VIDÉKI ÖRÖKSÉGI ÉRTÉKEK -2022



# **VIDÉKI ÖRÖKSÉGI ÉRTÉKEK – 2022**

II. Nemzetközi Vidéki Örökség Konferencia  
Az elmélet és a jó gyakorlat találkozása

Konferenciakötet

**Felelős kiadó:**

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Marketing és Turizmus  
Intézet

**Közreműködött:**

Dél-dunántúli Lovas Egyesület

**Szerkesztette:**

Dr. Máté Andrea

Dán Andrea

**Lektorálta:**

Dr. Gonda Tibor

Dr. Raffay Zoltán

© Szerzők 2022

ISBN 978-963-429-981-3

## Tartalomjegyzék

<b><i>Koltai Zoltán:</i></b> A környezeti minőség és a nemzetközi kapcsolatrendszer, mint telephelyi tényezők megítélése Magyarországon .....	1
<b><i>Kántor Szilvia:</i></b> Hallgatók fenntartható turisztikai fogyasztásai .....	16
<b><i>Rozgonyiné Drotár Nikolett – Szalók Csilla – Petykó Csilla – Nagy Adrienne – Pecsmány Péter:</i></b> Bodrogkeresztúri zsidó hagyományok turisztikai hasznosítása és fejlesztési lehetőségei .....	28
<b><i>Horváth Anna:</i></b> A felzárkózás eszközei a turizmusfejlesztésen keresztül az észak-alföldi határregió kisvárosaiban .....	36
<b><i>Szalók Csilla – Hanusz Árpád:</i></b> Funkció vesztett magyar falvak falusi turizmusának újragondolása, a jövő felelőssége.....	50
<b><i>Nagy Dávid:</i></b> A biztonság és a környezeti fenntarthatóság szerepe a dunai szállodahajózásban .....	58
<b><i>Máté Andrea:</i></b> Érték, közösség, közösségi bormárkák a Pannon borregióban .....	69
<b><i>Vas-Guld Zsuzsanna:</i></b> Objektív szemlélet kialakítása a borok érzékszervi értékelése során ...	84
<b><i>Slezák-Bartos Zsuzsanna:</i></b> Település rendezvények elégedettségi vizsgálata a Covid-járvány árnyékában.....	91
<b><i>Rozgonyiné Drotár Nikolett – Szalók Csilla – Petykó Csilla – Nagy Adrienne:</i></b> Tokaj-Hegyalja borturizmusának változása a borkészítési technológiai váltás tükrében.....	100
<b><i>Strack Flórián:</i></b> A Szigetköz turizmusának helyzete és fejlesztési lehetőségei .....	109
<b><i>Szalók Csilla – Hanusz Árpád – Szabó Géza:</i></b> Egy életpálya hatásai: Csizmadia László a tanár, a vezető és a szakember .....	128
<b><i>Tarpai József:</i></b> Az orosz-ukrán háború hatása a turizmus helyzetére Kárpátalján .....	146
<b><i>Pentz Mónika:</i></b> A kultúrtájak, mint a vidéki táji örökségi értékek megőrzésének lehetséges eszközei – Bajorország kultúrtájainak feltérképezése a passai apátság kultúrtáj példáján. Esettanulmány .....	153

# A KÖRNYEZETI MINŐSÉG ÉS A NEMZETKÖZI KAPCSOLATRENDSZER, MINT TELEPHELYI TÉNYEZŐK MEGÍTÉLÉSE MAGYARORSZÁGON

*Koltai Zoltán*

*egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és  
Vidékfejlesztési Kar; koltai.zoltan@pte.hu*

## **Absztrakt**

A kutatásunk által érintett 2004–2017 közötti időszakban jelentősen átalakult a magyar gazdaság növekedését meghatározó térségek köre. Míg 2007 előtt elsődlegesen Budapest és vonzáskörzete felelt a gazdasági dinamizmusért, addig az ezt követő egy évtizedben mindez sokkal inkább volt köszönhető az erőteljes külföldi érdekeltségű feldolgozóiparral jellemezhető megyéknek. Ennek háttérében az országosan javuló foglalkoztatás mellett a munkatermelékenység utóbbi megyékben tapasztalható kedvező irányú folyamatai húzódtak meg, míg a központi régióban ezzel éppen ellentétes tendenciák körvonalazódtak. Tanulmányunk célja, hogy rétegzett kérdőíves megkeresések alapján (magyarországi vállalkozások régiók, vállalati méret és szektorok szerinti megoszlása) bemutassa a telephelyi tényezők magyarországi vállalati megítélését, jellemezze az értékelések időbeli változását. Vállalatokkal kapcsolatos, 2004–2005-ben lefolytatott kutatásunkat 2016–2017-ben ismételtük meg. Kérdőívünkben többek között az alábbiakra kerestünk választ: milyen szempontokat részesítenek előnyben a magyar vállalati szféra szereplői telephelyük megválasztásakor, melyik magyarországi településeket, és miért tartják sikeresnek a vállalatvezetők?

*Kulcsszavak: telephelyi tényezők, környezeti minőség, nemzetközi kapcsolatrendszer, vállalatok, Magyarország*

# JUDGEMENT OF THE QUALITY OF ENVIRONMENT AND THE INTERNATIONAL RELATIONS, AS LOCATION FACTORS BY BUSINESSES IN HUNGARY

## Abstract

In the 2004–2017 period, the focus of our research, the circle of regions determining the growth of the Hungarian economy went through a significant transition. While it had been Budapest and its hinterland that were the main source of economic dynamism before 2007, in the decade after that it was much more the counties with strong foreign-based manufacturing industry that were responsible for the growth. In the background of this we find, in addition to the nationally improving employment conditions, the favourable processes in the improvement of the work productivity typical in these counties, while in the central region tendencies just the opposite to this unfurled. The aim of the paper is to demonstrate, using a layered questionnaire survey (breakdown of Hungarian enterprises by region, company size and sectors) the judgement of the location factors by the Hungarian economic actors and describe the change of evaluations over time. The research we had conducted with companies in 2004–2005 was repeated in 2016–2017. In our questionnaire we focused among others on the following issues: what aspects do Hungarian businesses prefer when choosing their business location, which Hungarian cities are considered successful by company leaders and why?

*Keywords: location factors, quality of environment, international relations, businesses, Hungary*

## Bevezetés

A gazdasági tevékenységek térbeli megjelenése gazdaságtörténeti korszakonként nagyon változatos képet mutat. Az iparosítás előtti korokban a legfontosabb telepítési szempontok többnyire még agrárgazdasági jellegűek voltak, így a természeti erőforrások bősége, a felszíni és talajviszonyok, a víznyerés lehetőségei determinálták a gazdasági szereplők földrajzi elhelyezkedését. A XIX. századi iparosítás folyamatában legnagyobb magyarázó ereje a nyersanyaglelőhelyeknek, a tömeges szállításra alkalmas vízi utaknak és tengerpartoknak lett. A posztindusztriális társadalmakat elemezve kijelenthetjük, a gazdasági folyamatok földrajzi megköthetősége a korábbiakhoz képest jelentősen csökkent. A deregulációs (liberalizációs) politika felerősödése, a versenyt korlátozó technikai és fizikai akadályok részleges vagy teljes felszámolása a korábbiaknál szabadabb piacválasztást, a többtelephelyes vállalati formák elterjedését, a transznacionális vállalatok piaci térnyerését eredményezte. Napjainkra egyre nagyobb számú vállalat kapcsolódhat be a nemzetközi piaci folyamatokba, melyek gyakran vállalaton belül, vállalati telephelyek között zajlanak. Ez a megnövekedett szabadság nemcsak a kibocsátott termékek és szolgáltatások, de az ehhez szükséges termelési tényezők áramlásában is testet ölt, általánossá téve a bárholon - bármit - bárhol - bárhová jelenséget (LENGYEL 2003, 2010). A határok nélkülivé váló gazdasági folyamatokat tovább erősíti a technológiai fejlődés, a modern információs és kommunikációs technikák megnövekedett gazdasági szerepe, amely a távolságból eredő költségek és időigény jelentős mérséklődésével másodrendű kalkulációs szemponttá tette utóbbiakat a működési helyszín megválasztásában. A gazdaság szerkezeti átalakulása, a szolgáltatások és a tudásalapú gazdaság fokozott térnyerése, az iparvállalatok gyártási folyamatainak részekre bontása tovább bővíti a nemzetközi gazdasági folyamatokba bekapcsolódó potenciális helyszínek körét, felerősítve azok differenciált jellemzőit. Természetesen a jelzett folyamatok konfliktusokat is eredményeznek, elég csak a munkahelyek térbeli elmozdulására, a lokális piacokon megerősödő konkurenciára, a globálisan korlátos erőforrásokért folytatott versengésre gondolnunk (NAGY 2010). A nemzetállamok szerepvesztésével a közigazgatás korábban elképzelhetetlen mértékű decentralizációja, ezzel párhuzamosan a regionális és települési autonómia fokozódása vált jellemzővé. Magyarország esetében ezt a folyamatot tovább erősítette a centralizált társadalomirányítás helyébe lépő piacgazdasági modell, amely amellett, hogy tág teret nyitott a térségi kapcsolatrendszerek bővülésének, felértékelte az ország minden pontját, megnyitva annak lehetőségét, hogy a lokális potenciál országossá vagy akár nemzetközivé bővülhessen (NEMES NAGY 1998).

Mindezzel párhuzamosan a társadalmi és gazdasági tevékenységek térbeli elhelyezkedésének magyarázatát kutató *telephelyelméletek* is lényeges átalakuláson mennek keresztül. A hagyományos telephelyelméletek (ide sorolhatjuk Johann von Thünen mezőgazdasági területhasználattal kapcsolatos elméletét, Alfred Weber ipari telephelyelméletét, August Lösch térbeli versennyel és egyensúllyal kapcsolatos vizsgálatait) még alapvetően a mezőgazdaság és a feldolgozóipar térbeli jellemzőit modellezték, központi kategóriaként kezelve a költségek minimalizálását, a gazdasági profit megszerzését (RECHNITZER 1994, VARGA 2002, LENGYEL – RECHNITZER 2004, ENYEDI 2012). A szolgáltatások megnövekedett szerepével, az egyedi termékekre irányuló fogyasztói kereslet fokozódásával, a vállalati hálózatok, klaszterek, valamint a gazdaságon kívüli, kevésbé vagy egyáltalán nem számszerűsíthető externáliák térnyerésével a korábbiaktól már lényegesen különböző tényezők is befolyásolják a helyszínválasztást. Az új kereskedelmi elméletek már központi fogalomként használják a külső (iparági) és a belső méretgazdaságosságot, a termékdifferenciálást és -életciklust, a piacszegmentációt, az árdiszkriminációt és a nem tökéletes versenyt (KRUGMAN 1993, 1994, 1998, STORPER 2000, SCOTT et al. 2001, SCOTT–STORPER 2003, CANIELS – ROMIJN 2006). A vállalati stratégiai közgazdaságtan (kompetitív előnyök elmélete)



keretében Michael Porter a globális vállalati verseny földrajzi értelemben koncentrálnó forrásaira hívja fel a figyelmet. Szerinte a verseny tulajdonképpen a lokális előnyöket biztosítani képes térségek között értelmezhető. A szerző empirikus kutatásaira támaszkodva úgy véli, hogy a térségek versenye alapvetően a helyben működő (letelepedni szándékozó) vállalatok sikeressé válásához való hozzájárulást jelenti, az ezt elősegítő üzleti környezet megteremtése által. Porter épít a pozitív lokális extern hatásokra, melyeket, mint agglomerációs előnyöket a versenyben való sikeres helytállás alapfeltételeként határoz meg (PORTER 1996, 1999, 2000). Végül újabb keletű magyarázatként érintenünk kell a területitőke-elméleteket (CAMAGNI 2008, 2009). A megközelítés a humán, a kapcsolati és a társadalmi tőke szerepének hangsúlyozásával még inkább kiemeli a helyi szereplők aktív részvételének jelentőségét az endogén térségfejlesztési folyamatokban.

## 1. Kutatási eredmények

Vállalatokkal kapcsolatos, 2004–2005-ben lefolytatott kutatásunkat (KOLTAI 2006, 2007) 2016–2017-ben ismételtük meg (KOLTAI 2019, KOLTAI – FILÓ 2021a, b). A rétegzett kérdőíves megkeresések (magyarországi vállalkozások régiók, vállalati méret és szektorok szerinti megoszlása) eredményeként ismét ezer vállalkozó, vállalatvezető adott választ kérdéseinkre. A vállalkozások földrajzi megoszlását alapul véve, 40 % feletti arányban a közép-magyarországi régióból kerültek ki a válaszadók, a többi régiót 8–12 % közötti arányban képviselték a megkérdezettek. Vállalati méret szerint a mikro- és kisvállalatok 96% feletti arányban szerepelnek mintánkban. A tercier ágazat képviselői közel 80%-os előfordulással képezték le a vállalati populációt, az iparvállalatok 17,5, az agrárvállalkozások 3,5%-os részarányt képviseltek. A személyes lekérdezéseknek köszönhetően a kitöltött kérdőívek szinte kivétel nélkül alkalmasak voltak a kiértékelésre. Kérdőívünkben három zárt, három nyitott és egy félig zárt, összesen hét kérdés keretében az alábbi témakörökre kerestünk választ:

- Milyen szempontokat részesítenek előnyben a magyar vállalati szféra szereplői telephelyük megválasztásakor?
- Melyik magyarországi településeket, és miért tartják sikeresnek a vállalatvezetők?
- Melyek azok a települések, melyeket valódi gazdasági központoknak tartanak az érintettek?
- Milyen belföldi és nemzetközi mobilitási hajlandóság jellemzi a magyar vállalkozásokat?
- Melyek az előnyei, illetve hátrányai a különböző településtípusokon történő vállalati működésnek?

A tanulmány további részeiben részletesen megismertetésre kerülő hipotéziseink az alábbiakban foglalhatók össze:

- Első hipotézisként a korábban magasra értékelt telephelyi tényezők (regionális elérhetőség, felvevőpiaci jelleg) további elsődlegességét vártuk, míg az újonnan bevezetett szempontok közül a települések nemzetközi kapcsolatrendszerének a fontosságát feltételeztük, utóbbit főként a közép- és nagyvállalatok körében. Arra számítottunk, hogy a vállalati méret növekedésével párhuzamosan veszít jelentőségéből a település felvevőpiaci jellegének és környezeti minőségének magyarázó ereje.
- Második hipotézisünk értelmében, a sikeresség mögöttes tényezői jelentős differenciákat mutatnak a részletes elemzésnek alávetett városok vonatkozásában. A település környezeti minőségének markánsabb megjelenését vártuk Sopron és Veszprém esetében, míg a nemzetközi kapcsolatrendszer Győr, Székesfehérvár és Sopron kapcsán szerepelhet az átlagosnál gyakrabban a sikeres telephelyi magyarázatok között.



- Végül a különböző méretű településtípusokon történő vállalati működés előnyeit vizsgálva arra számítottunk, hogy a településméret növekedésével párhuzamosan a környezeti minőség magyarázó ereje egyértelműen veszíteni fog jelentőségéből. A nagyvárosi előnyök elsősorban a potenciális felvevőpiac méretéhez kapcsolódnak, míg a községek esetében a konkurencia alacsonyabb száma kiszámíthatóbb felvevőpiaci folyamatokat eredményez, a működési költségek kedvezőbbek és jobb a lakóközösség minősége is.

### ***1.1. A telephelyi tényezők vállalati megítélése***

Az első kérdés keretében arra kerestünk választ, hogy az általunk kiválasztott *telephelyi tényezők* mennyire fontosak a működési helyszín kijelölésekor. Az alábbi tizenkét szempont értékelésére kértük a válaszadókat, ötfokozatú skálát alkalmazva:

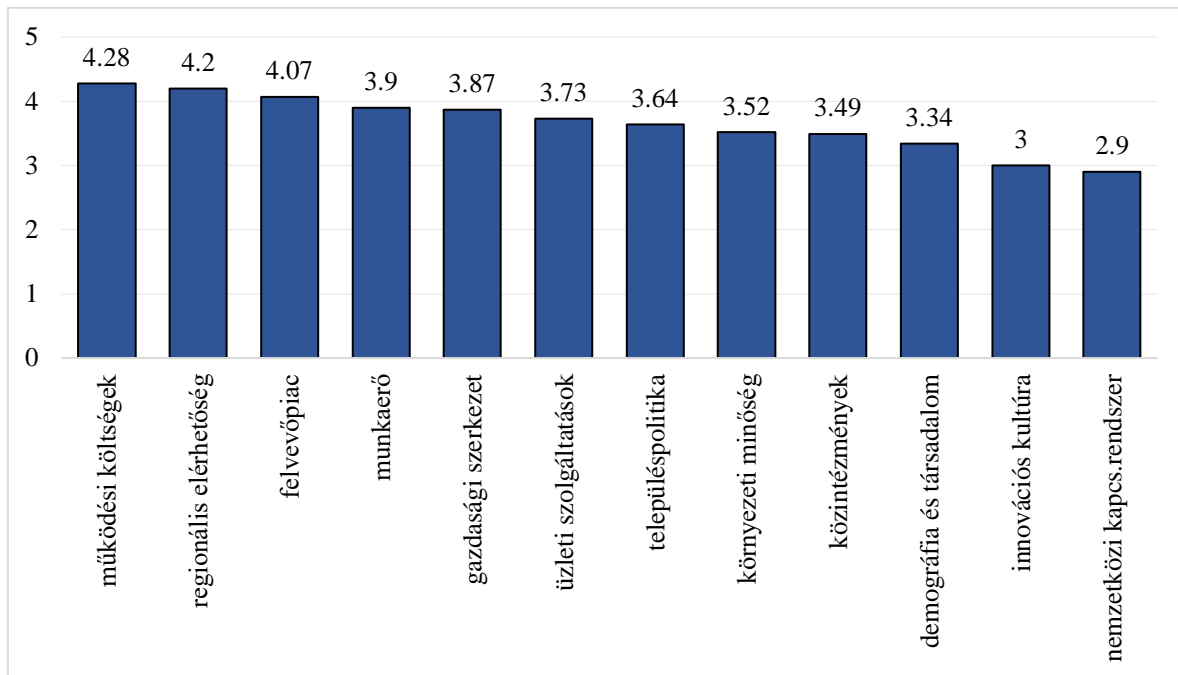
1. a település gazdasági szerkezete (ágazati szerkezet, kapcsolódó iparágak, beszállítói kapcsolatok, háttérpiac fejlettsége)
2. a település innovációs kultúrája, szellemi tőkepotenciálja (kutatás-fejlesztési kapacitások, felsőfokú oktatási intézmények, kutatóintézetek léte)
3. a regionális elérhetőség, a település földrajzi fekvése (közlekedési infrastruktúra, Budapest megközelíthetősége)
4. a működéssel kapcsolatos költségek (munkabérek, adók, adókedvezmények)
5. a helyi önkormányzat aktivitása, településpolitikája (befektetés ösztönzés, városmarketing, ügyintézés menete, konfliktuskezelés módja)
6. a település környezeti minősége (lakóhelyi adottságok, természeti és épített környezet, szabadidős, egészségügyi és oktatási intézmények)
7. a település közintézményekkel való ellátottsága (közszolgáltatások, hivatalok működése)
8. a település üzleti szolgáltatásai (bankhálózat, ipari park, vállalkozásfejlesztési iroda működése)
9. a munkaerő felkészültsége és hatékonysága (iskolai végzettség, nyelvismeret, munkatermelékenység, munkaerő-piaci adatok)
10. a település, mint felvevőpiac (piacméret, fogyasztói potenciál, vonzáskörzet jelleg)
11. a település demográfiai és társadalmi adottságai (korszerkezet, migrációs folyamatok, népsűrűség)
12. a település nemzetközi kapcsolatrendszere (külföldi érdekeltségű vállalkozások és beruházások, testvérvárosi kapcsolatok, turizmus)

Megelőző kutatásunk szempontrendszerét két új tényezővel (demográfiai és társadalmi adottságok, a település nemzetközi kapcsolatrendszere) egészítettük ki, ezzel is tovább árnyalva a válaszadási lehetőséget.

2004–2005-ös kutatásunk válaszadói első helyre a település regionális elérhetőségét, földrajzi fekvését sorolták, amit valamivel elmaradva a felvevőpiaci jelleg követett (KOLTAI 2006, 2007, 2014). A következő, közepesre értékelt tényezőcsoportot az üzleti szolgáltatások, a település gazdasági szerkezete, a működési költségek, a munkaerő képzettsége és a közintézményi ellátottság alkották. Sorrendben a környezeti minőség és a helyi önkormányzat településpolitikája következett, a legalacsonyabb értéket pedig a település innovációs kultúrája kapta. Újabb kutatásunk eredményei alapján a rangsor első helyére már a működéssel kapcsolatos költségek kerültek, amit a település regionális elérhetősége és a felvevőpiaci jelleg követ (1. ábra). A következő csoportot a munkaerő felkészültsége és hatékonysága vezeti,

megelőzve a település gazdasági szerkezetét, az üzleti szolgáltatásokat, a helyi önkormányzat településpolitikáját, a környezeti minőséget és a közintézményi ellátottságot. Továbbra is az alacsonyabbra értékelt tényezők körében szerepel az innovációs kultúra, ahogy szintén a lista végén találjuk mindkét új szempontunkat, a demográfiai-társadalmi adottságokat és a település nemzetközi kapcsolatrendszerét.

1. ábra: A telephelyi tényezők fontossági sorrendje a magyar vállalatok megkérdezése alapján, 2016-2017



*Forrás: Saját kérdőíves felmérés (2016-2017)*

Korábbi tényezőink kivétel nélkül magasabb pontértéket kaptak. Közülük az átlagosnál nagyobb mértékben nőtt a helyi önkormányzat településpolitikájának, a működési költségeknek, a munkaerő felkészültségének, a település innovációs kultúrájának és a környezeti minőségnek a magyarázó ereje. Kijelenthető, hogy a magyar vállalkozások egyrészt költségérzékenyebbé váltak a vizsgált bő tíz évben, másrészt fontosabbá vált számukra a felkészült és hatékony munkaerő megléte vagy éppen annak hiánya. Ha figyelembe vesszük a munkaképes korú népesség (15–64 évesek) létszámának országos csökkenését, mely alól egyedül Közép-Magyarország jelent kivételt a vizsgált másfél évtized viszonylatában, bátran kijelenthető, hogy a kvalifikált munkaerő megszerzése egyre komolyabb kihívások elé állítja a magyar vállalkozásokat (LENGYEL – VARGA 2018).

A mikrovállalkozások válaszai, mintánkban szereplő magas arányuk miatt, teljesen egybeestek a reprezentatív minta válaszaival, ahogy a kisvállalatok (10-49 fő) esetében sem tapasztaltunk számottevő különbséget. (A teljes vizsgálat során a legalacsonyabb értéket (2,9) a mikrovállalatok esetében találjuk, mellyel a település nemzetközi kapcsolatrendszerét jellemezték.) Ezzel szemben a középvállalatok (50-249 fő) és főleg a nagyvállalatok (250 fő felett) válaszai már lényeges különbségeket mutatnak. A középvállalatoknál a munkaerő felkészültsége kapta a legmagasabb értéket, amit szintén jelentősen felértékelve a működéssel kapcsolatos költségek, a regionális elérhetőség és a település gazdasági szerkezete követ. Lényegesebb szemponttá vált középvállalati szinten az innovációs kultúra, ellenben jóval hátrébb került a település felvevőpiaci jellege. A nagyvállalati válaszok alapján a még magasabbra értékelt működési költségeket a regionális elérhetőség és a munkaerő felkészültsége követi, ahogy esetükben szintén fontosabbá vált a gazdasági szerkezet és az

innovációs potenciál jelentősége. Várakozásainknak megfelelően ekkor a települések felvevőpiaci jellege és környezetük minősége csakugyan veszt fontosságából, ami továbbra is jól jelzi, hogy a nagyvállalatok elsősorban nem a helyi piacra termelnek és esetükben a működési helyszín sokkal kevésbé lakóhelyi, mint inkább telephelyi szempontokat kell, hogy kiszolgáljon.

*Első hipotézisünk* teljesülése részlegesnek mondható, mivel a működéssel kapcsolatos költségek nem várt módon kerültek a rangsor élére, másrészt a települések nemzetközi kapcsolatrendszerére adott pontérték elmarad előzetes várakozásainktól. A vállalati méret növekedésével párhuzamosan viszont a települések felvevőpiaci jellege és környezetük minősége csakugyan kevésbé meghatározó telephelyi tényezőnek számít.

### **1.2. A magyarországi települések telephelyi vonzerejének megítélése**

A településfejlesztési elképzelések számára hasznos információval szolgálhat kutatásunk azon része, amikor arról kérdeztük a vállalatokat, milyen mögöttes okok miatt tartanak sikeres telephelynek egy adott települést. Részletes elemzésre az 5%-os említési küszöböt meghaladó 12 település (Győr, Debrecen, Székesfehérvár, Szeged, Kecskemét, Pécs, Sopron, Szombathely, Nyíregyháza, Miskolc, Veszprém és Budaörs) esetében vállalkoztunk.

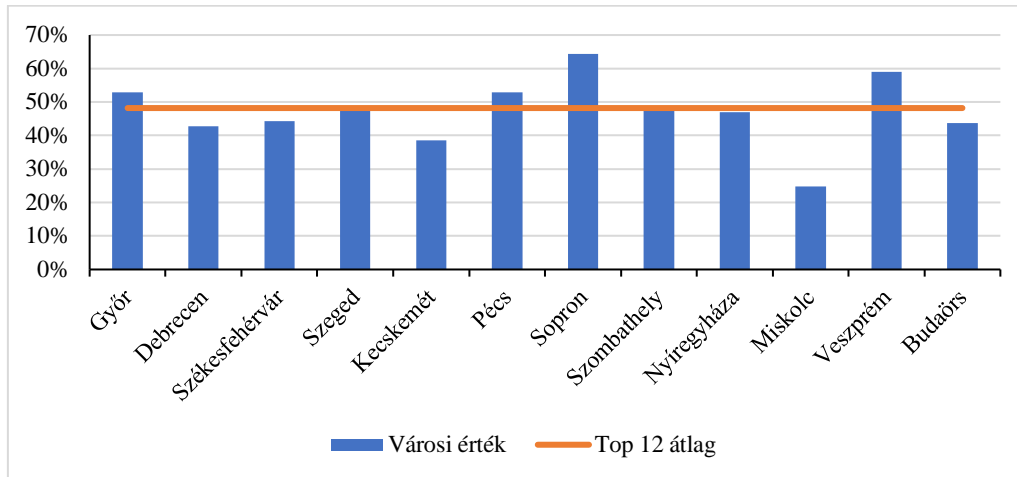
*Második hipotézisünk* értelmében a telephelyi sikeresség mögöttes tényezői alapján jelentős differenciák mutatkoznak a részletes elemzésnek alávetett városok vonatkozásában. A település környezeti minőségének markánsabb megjelenését vártuk Sopron és Veszprém esetében, míg a nemzetközi kapcsolatrendszer Győr, Székesfehérvár és Sopron kapcsán szerepel az átlagnál gyakrabban a sikeres telephelyi magyarázatok között.

Amennyiben valamennyi telephelyi tényező esetében összehasonlítjuk az említett településeket, jól megmutatkoznak bizonyos pozitív (és persze negatív) irányú elmozdulások a rangsorokban, kirajzolva ezzel az egyes települések karakteres jegyeit, illetve meglévő hiányosságait. A függőleges tengelyen (2., 3. ábra) az egyes tényezők versenyképesség magyarázatán belüli százalékos előfordulását szerepeltetjük, külön jelölve az adott tényező 12 városra értelmezett átlagértékét. (Hangsúlyozni szeretnénk, hogy az átlag a legsikeresebbnek gondolt 12 település adataiból áll elő, így az semmiképpen sem értelmezhető valamennyi magyarországi településre.) Az átlag feletti érték ebben az értelemben arra hívja fel a figyelmet, hogy az adott telephelyi tényező a többi városhoz képest karakteresebben jelenik meg a település telephelyi sikerességének magyarázatai között. Úgy véljük, minél több telephelyi tényező kapcsán tud egy adott település átlagot meghaladó értékű, markáns jellemvonást felmutatni, annál megalapozottabbnak számít versenyképessége.

1. a település gazdasági szerkezete (ágazati szerkezet, kapcsolódó iparágak, beszállítói kapcsolatok, háttérpar fejlettsége): Győr, Székesfehérvár, Kecskemét és Budaörs emelkednek ki az átlagból.
2. a település innovációs kultúrája, szellemi tőkepotenciálja (kutatás-fejlesztési kapacitások, felsőfokú oktatási intézmények, kutatóintézetek léte): Győr, Szeged és Pécs értéke haladja meg az átlagot.
3. regionális elérhetőség, a település földrajzi fekvése (közlekedési infrastruktúra, Budapest megközelíthetősége): Győr, Székesfehérvár, Kecskemét, Sopron és Budaörs értékei emelkednek ki.
4. a működéssel kapcsolatos költségek (munkabérek, adók, adókedvezmények): nyolc város is pozitív irányban tűnik ki (Debrecen, Székesfehérvár, Szeged, Kecskemét, Szombathely, Nyíregyháza, Miskolc és Budaörs).

5. a helyi önkormányzat aktivitása, településpolitika (befektetés ösztönzés, városmarketing, ügyintézés menete, konfliktuskezelés módja): Győr, Debrecen és Budaörs az átlagot meghaladó pozitív példa.
6. a település környezeti minősége (lakóhelyi adottságok, természeti és épített környezet, szabadidős, egészségügyi és oktatási intézmények): Győr, Pécs, Sopron és Veszprém rendelkezik a legkedvezőbb értékekkel (2. ábra).

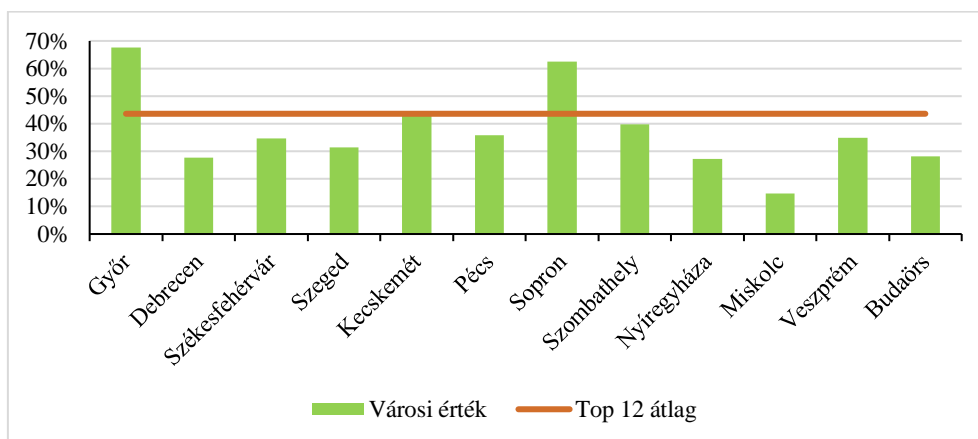
2. ábra: A települések környezeti minőségének megítélése, 2016-2017 (n=1000)



*Forrás: Saját kérdőíves felmérés (2016-2017)*

7. a település közintézményekkel való ellátottsága (közszolgáltatások, hivatalok működése): az átlagot jelentősen meghaladó értékkel jellemezhető Debrecen, Szeged, Pécs, Nyíregyháza és Veszprém.
8. a település üzleti szolgáltatásai (bankhálózat, ipari park, vállalkozásfejlesztési iroda működése): az élmezőny tagja Győr, Székesfehérvár, Sopron, Veszprém és Budaörs.

3. ábra: A települések nemzetközi kapcsolatrendszerének megítélése, 2016-2017 (n=1000)



*Forrás: Saját kérdőíves felmérés (2016-2017)*

9. a munkaerő felkészültsége és hatékonysága (iskolai végzettség, nyelvismeret, munkatermelékenység, munkaerő-piaci és munkanélküliségi adatok): kiemelkedik Győr, Székesfehérvár, Kecskemét, Szombathely és Veszprém értéke.
10. a település, mint felvevőpiac (piacméret, fogyasztói potenciál, vonzáskörzet jelleg): az átlagot jóval meghaladó értékkel bír Győr, Sopron és Budaörs.

11. a település demográfiai és társadalmi adottságai (korszerkezet, migrációs folyamatok, népsűrűség): Győr, Szeged, Sopron, Szombathely, Veszprém és Budaörs értéke átlag feletti.
12. a település nemzetközi kapcsolatrendszere (külföldi érdekeltségű vállalkozások és beruházások, testvérvárosi kapcsolatok, turizmus): Győr és Sopron mutat kiemelkedő értéket ebben a dimenzióban (3. ábra).

Második hipotézisünk teljesült, mivel a sikeresség mögöttes tényezői csakugyan jelentős differenciákat mutatnak a vizsgált városok vonatkozásában. A környezeti minőség Sopron és Veszprém esetében a leginkább karakteres telephelyi tényező, míg a nemzetközi kapcsolatrendszerről ugyanez Győr és Sopron kapcsán mondható el.

### ***1.3. A különböző méretű településtípusok vállalati aspektusból vizsgált jellemzői***

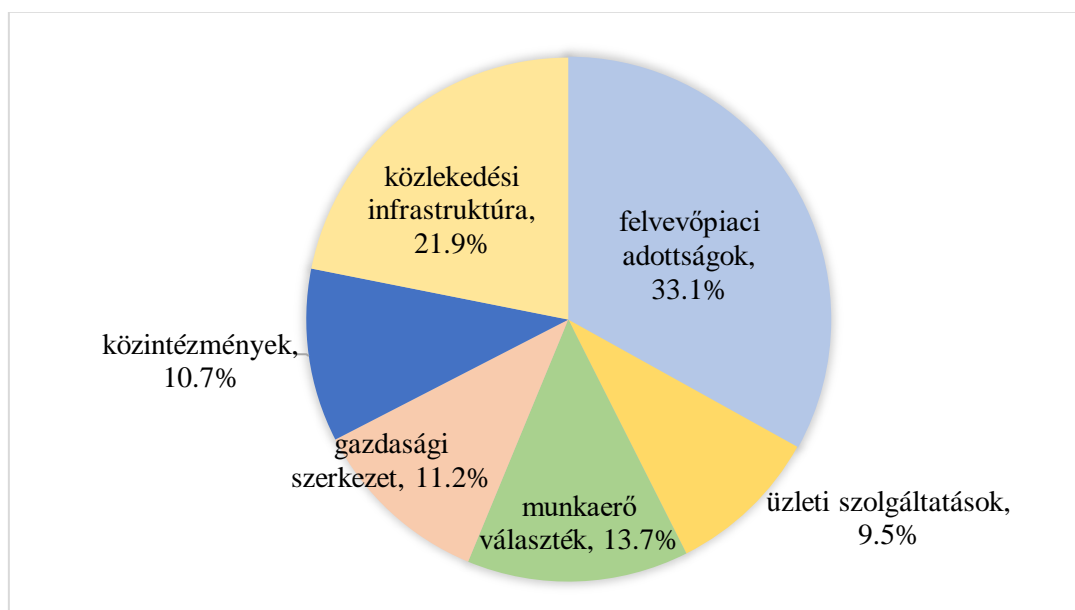
Kutatási eredményeink egyértelművé tették, hogy a vállalatok magyarországi léptékben nagyvárosnak számító településeket preferálnak telephelyválasztásuk során. Ezt erősítette meg az a versenyképességi rangsor, melynek első 12 tagjából 8 város lakosság száma eléri, vagy legalábbis megközelíti a 100.000 főt, 3 város (Szombathely, Sopron, Veszprém) a 60-80 ezer fős kategóriában található és egyedül Budaörs sorolható az ennél kisebb lélekszámú középvárosok csoportjába. (Nagyvárosnak a 100.000 főt meghaladó lakónépességű városokat, kisvárosnak a 20.000 fő alatti városrangú településeket tekintjük (KOVÁCS 2010)).

Ettől függetlenül kíváncsiak voltunk arra, hogy a megkérdezett vállalkozók hogyan gondolkodnak a különböző méretű településtípusokról, azoknak milyen telephelyi előnyeit és hátrányait azonosítják. Utolsó kérdésünk megválaszolásához a kutatásunk során végig alkalmazott telephelyi tényezőket használtuk fel.

*Harmadik hipotézisünk* szerint, a nagyvárosi előnyök elsősorban a potenciális felvevőpiac méretéhez kapcsolódnak, de több másik tényező is (így a település gazdasági szerkezete, innovációs kultúrája, közintézményi ellátottsága, üzleti szolgáltatásai és munkaerő-piaci adottságai) kedvezőbb induló feltételeket kínál az itt működő vállalatok számára. A községek esetében ennek éppen ellentétes előjelű megismétlődését feltételezzük, vagyis míg a konkurencia alacsonyabb száma, akár annak teljes hiánya kiszámíthatóbb felvevőpiaci folyamatokat eredményez, a működési költségek kedvezőbbek és jobb a lakókörnyezet minősége is. Mindezt pozitív előjellel kiegészítheti a helyi önkormányzat aktivitása, támogató hozzáállása. (Kapcsolódó kutatási eredményekről ad számot MOLNÁR (2008), valamint SZÉPVÖLGYI 2009).

Hipotézisünknek megfelelően, a *nagyvárosok* legfőbb vállalati előnye csakugyan kedvező felvevőpiaci adottságuk, az itt jelentkező magas fogyasztói potenciál, amit válaszadók 33,1%-a nevesített (4. ábra). Ezt előnyös közlekedési infrastruktúrájuk említése követi (21,9%), melyhez elsősorban a könnyű megközelíthetőséget és a megfelelően kiépített tömegközlekedést társították a megkérdezett vállalkozások. A leggyakoribb magyarázatok sorában találjuk a képzett munkaerő széleskörű választékát (13,7%) és az előnyös beszerzési lehetőségeket, jól működő alvállalkozói kapcsolatrendszert biztosító (részben nemzetközi) gazdasági szerkezetet (11,2%) is. Emellett a hatékony, egyben rugalmas ügyintézés biztosító közintézmények (10,7%), a sokszínű és fejlett üzleti szolgáltatások (9,5%) szintén nagyvárosi előnynek minősülnek. KOZMA (1998) 10 vállalati telepítőtényezőt elemző kutatásában szintén a fogyasztópiacot, a minőségi munkaerő meglétét, a szolgáltatásokkal összefüggő életminőséget és a tudományos, felsőoktatási intézmények jelenlétét nevesíti nagyvárosi előnyként. Hasonlóan a nagyvárosok melletti fő érvként nevesíti DÖBRÖNTE (2018) a magasan képzett munkaerőt és a megfelelően kiépített infrastruktúrát, NAGY – NAGY (2008) pedig a nagyvárosok fogyasztásiközpont szerepét hangsúlyozza.)

4. ábra: A nagyvárosi előnyök megoszlása, 2016-2017 (n=1000)



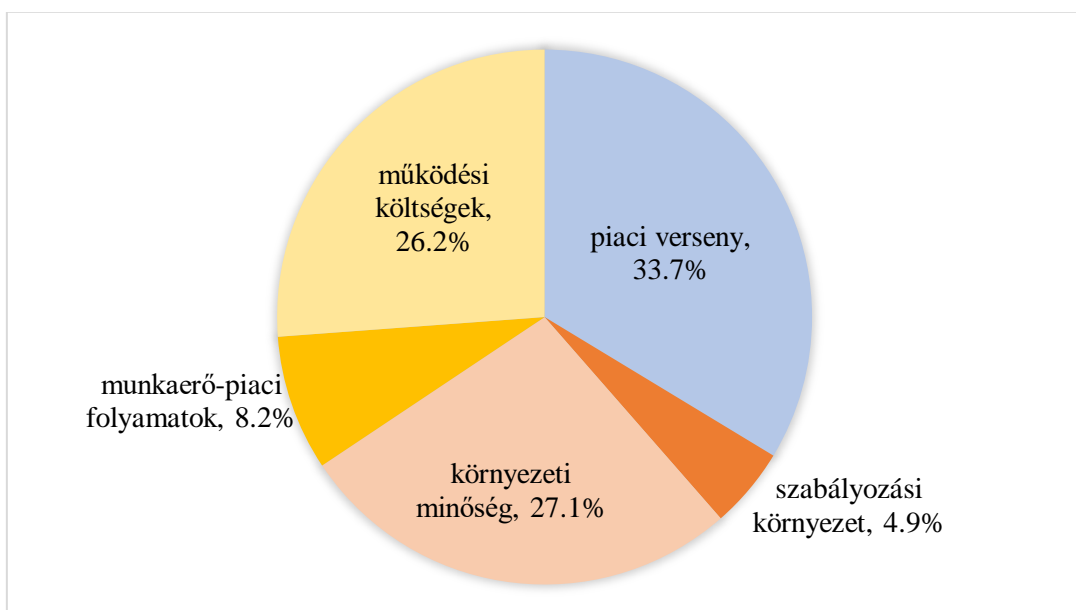
Forrás: Saját kérdőíves felmérés (2016-2017)

A nagyvárosi hátrányok listájának élén az erőteljes piaci verseny, ennek eredményeként a változó fogyasztói igényeknek való fokozott megfelelési kényszer és a nyomott árak szerepelnek (33,7%). A válaszok több mint negyedében fordul elő a magas működési költségek említése (26,2%), de szintén gyakori kritika a nagyvárosok kedvezőtlen környezeti minősége (27,1%). Utóbbi magyarázataként egyaránt megtaláljuk a rossz közbiztonságot, a zsúfolt, szennyezett életteret, a távolságból eredő fokozott idővesztést és a bizalmatlan, közömbös emberi kapcsolatokat. (Vegyük figyelembe, hogy a társadalmi konfliktusok alapvetően a nagyvárosokhoz kötődnek, legyen annak forrása akár generációs, etnikai vagy anyagi eredetű (SZIRMAI – VÁRADI 2009)). A vállalatok közel tizede (8,2%) jelzi problémának a munkaerő-piac magas bérekre és erőteljes fluktuációra visszavezethető negatív folyamatait (5. ábra). A személytelen ügyintézés és a túlbürokratizált szabályozási környezetet valamivel kevesebben (4,9%) említik.

Bár a felvevőpiac, a munkaerőpiac és a közintézményi működés nagyvárosi megítélése kettős, ezek mind az előnyök, mind a hátrányok között felbukkannak, összességében inkább a velük kapcsolatos pozitív vélemények dominálnak. Nagyvárosokkal kapcsolatos hipotézisünk egyértelműen megerősítést nyert.

A *községek* kapcsán szintén beigazolódott hipotézisünk. A válaszadók több mint harmada (35,8%) a kiszámítható, személyes kapcsolatokon alapuló felvevőpiacot emeli ki előnyként (6. ábra), de szintén sokan említik a kedvező működési költségeket (27%), ide sorolva az előnyös adózási feltételeket, az alacsony ingatlanárakat és bérleti díjakat. A minőségi, élhető lakókörnyezet (20,5%) és az alacsonyabb bérekkel, lojális dolgozókkal jellemezhető munkaerő-piac (10,7%) szintén gyakran előforduló magyarázatok. Végül a helyi önkormányzat vállalkozásbarát településpolitikáját, a személyre szóló ügyintézés a vállalatok 6%-a említi.

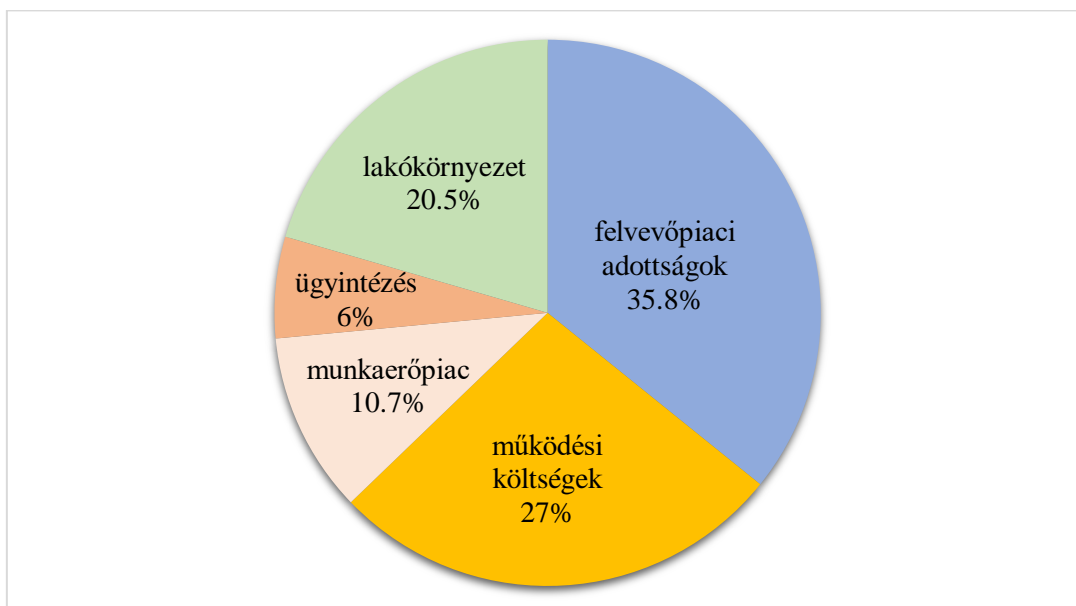
5. ábra: A nagyvárosi hátrányok megoszlása, 2016-2017 (n=1000)



*Forrás: Saját kérdőíves felmérés (2016-2017)*

A legtöbb kritika a felvevőpiac szűk mérete, a gyenge vásárlóerő kapcsán éri a községeket. A válaszok harmadában (34%) találkozunk ezzel a hátránnyal (7. ábra). A sorrendben következő leggyakoribb hiányosság a fejletlen, hiányos közlekedési infrastruktúra (23,1%), valamint a szakemberhiány és az alulképzettség, amely mögött kedvezőtlen demográfiai folyamatok is meghúzódnak (20,6%). Az alacsony színvonalú, gyakran hiányos üzleti szolgáltatásokat a vállalatok 15%-a nevesíti, a körülményes ügyintézési lehetőségeket és korlátozottan elérhető közintézményeket valamivel kevesebben (7,3%) említik a problémák között.

6. ábra: A községi előnyök megoszlása, 2016-2017 (n=1000)



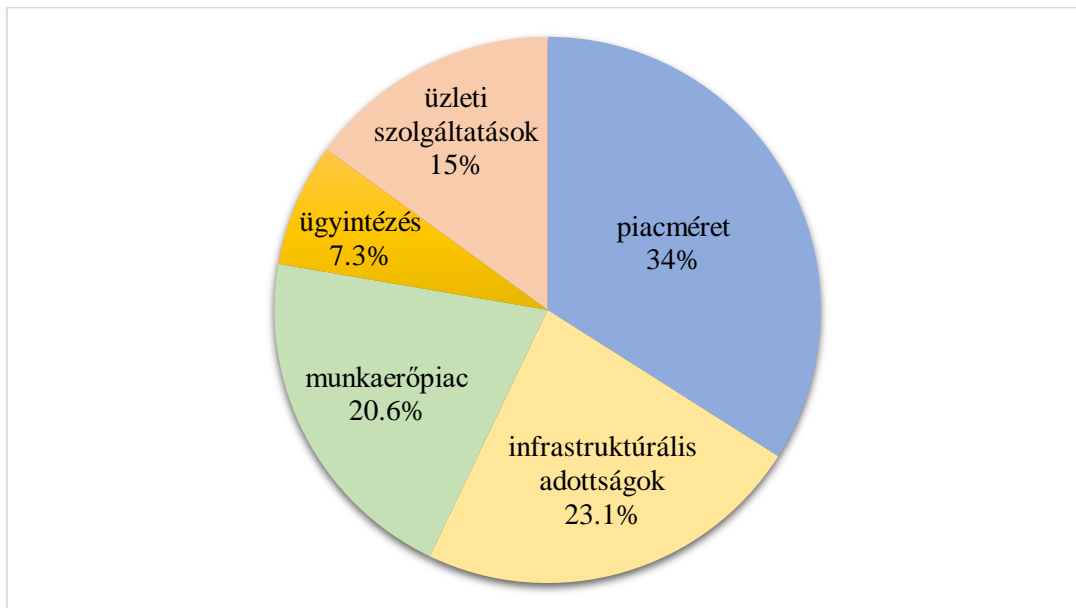
*Forrás: Saját kérdőíves felmérés (2016-2017)*

A nagyvárosoknál jelzett kettősség a felvevőpiac, a munkaerőpiac és közintézmények kapcsán ekkor is megismétlődik. Kiszámítható, ugyanakkor szűk felvevőpiac, olcsóbb, de többnyire szakképzetlen munkaerőpiac, személyre szabott, mégis hiányos ügyintézési lehetőségek



jellemzik a községeket. Lényegi különbség azonban, hogy ezen a településszinten mindhárom tényezőnél inkább a negatív vélemények vannak túlsúlyban.

7. ábra: A községi hátrányok megoszlása, 2016-2017 (n=1000)



Forrás: Saját kérdőíves felmérés (2016-2017)

A *kisvárosok* jellemzésekor csakugyan megismétlődik több községi versenyelőny, igaz bizonyos hangsúlyeltolódások mellett történik mindez. A vásárlók személyes ismeretére építő, kevesebb versenytársat feltételező, éppen ezért átláthatóbb felvevőpiac még inkább dominál (41,6%), amit a kedvező működési költségek (17,5%) és a közvetlen, mégis színvonalas ügyintézési lehetőségek (13%) követnek. A minőségi lakóköznyezet (10,8%) és a megfelelő bérekkel, lojális munkavállalókkal jellemezhető munkaerőpiac (9,6%) valamivel ritkábban szerepel a válaszok között, ellenben a közlekedési infrastruktúra (7,4%) kisvárosi előnyként említése már egyértelműen nagyvárosokra emlékeztető jellemvonás (KOZMA 1998). Korábban már hivatkozott kutatásában a megyeszékhelyen kívüli települések legfőbb előnyei közé az önkormányzatok vállalkozásbarát jellegét, a kedvező telekárakat, a munkaerő árát, valamint a környezet állapotát sorolta.)

A korlátozott vásárlóerő és a piacra lépés nehézségei (42,5%) kiemelkednek a kisvárosi hátrányok sorából. Az üzleti szolgáltatások terén megmutatkozó hiányosságok, azok magas árfekvése (17,3%) gyakran korlátozott közintézményi ellátottsággal (7,5%) is párosul a válaszadók szerint. A fejletlen közlekedési infrastruktúra (15,1%), valamint a szakemberhiánnyal küzdő munkaerőpiac (11,8%) valamivel kevésbé meghatározó probléma, mint a községek esetében, viszont „belterjességeként” egy olyan kisvárosi hátrányt is definiálnak a vállalkozások (5,7%), ami egyaránt kapcsolatba hozható a túlzott ismertséggel, a zárt közösségi léttel, a hazai és főleg nemzetközi kapcsolati tőke hiányával.

Amennyiben településmérettől függetlenül számba vesszük a leggyakrabban említett tényezőket, joggal hiányolhatjuk az innovációs kultúrát, a demográfiai-társadalmi adottságokat vagy a nemzetközi kapcsolatrendszerrel, ami újfent megerősíti korábbi eredményeinket (1. ábra), miszerint a vállalkozások számára ezek a legkevésbé meghatározó, legalacsonyabbra értékelt telephelyi tényezők.

## Következtetések

Az elemzés tárgyává tett telephelyi tényezők közül az átlagosnál nagyobb mértékben nőtt a helyi önkormányzat településpolitikájának, a működési költségeknek, a munkaerő felkészültségének, a település innovációs kultúrájának és környezeti minőségének magyarázó ereje. Amellett, hogy a magyar vállalkozások költségérzékenyebbé váltak, egyidejűleg fontosabbá vált számukra a felkészült munkaerő megléte, ami egyértelműen visszavezethető a munkaképes korúak számbeli csökkenésére és a vizsgált időszakban tapasztalható szűkülő kvalifikált munkakínálatra. Közép- és nagyvállalati körben valamivel meghatározóbb az innovációs kultúra magyarázó ereje, még fontosabbak a működési költségek és a minőségi munkaerő, míg a vállalati méret növekedésével párhuzamosan veszít jelentőségéből a település felvevőpiaci jellegének és környezeti minőségének magyarázó szerepe. Vállalati mérettől függetlenül kijelenthető, mindkét általunk vizsgált tényező (környezeti minőség, nemzetközi kapcsolatrendszer) egyelőre kevésbé meghatározónak számít, mindössze másodlagos fontosságú telephelyi szempontok.

Kutatási eredményeink egyértelművé tették, hogy a magyarországi vállalatok nagyvárosnak számító településeket preferálnak telephelyválasztásuk során, melyek legfőbb előnyei (kedvező felvevőpiaci adottságok, előnyös közlekedési infrastruktúra, széleskörű munkaerő választék, előnyös gazdasági szerkezet, megfelelő ügyintézészt biztosító közintézmények megléte, sokszínű, fejlett üzleti szolgáltatások biztosítása) meghaladják a velük kapcsolatos kritikákat (erőteljes piaci verseny, magas működési költségek, kedvezőtlen környezeti minőség, magasabb bérek és erőteljes fluktuáció, túlbürokratizált szabályozási környezet).

## Irodalomjegyzék

- CAMAGNI, R. (2009): Territorial Capital and Regional Development. In: CAPELLO, R. – NIJKAMP, P. (eds.): *Handbook of Regional Growth and Development Theories*. Edward Elgar, Cheltenham. pp. 118-132.
- CAMAGNI, R. (2008): Regional competitiveness. Towards a concept of territorial capital. In: CAPELLO, R. – CAMAGNI, R. – CHIZZIOLINI, B. – FRATESI, U. (eds.): *Modelling regional scenarios for enlarged Europe*. Springer Verlag, Heidelberg. pp. 33-46. DOI: 10.1007/978-3-540-74737-6\_3
- CANIELS, M. C. J. – ROMIJN, H. A. (2006): Localised knowledge spillovers: The key to innovativeness in industrial clusters? In: COOKE, P. – PICCALUGA, A. (eds.): *Regional development in the knowledge economy*. Routledge, London, New York. pp. 22-42.
- DÖBRÖNTE, K. (2018): A közép-európai városok pozíciója a magas szintű üzleti szolgáltatók lokációs döntéseiben. *Területi Statisztika* (58)2: pp. 200-219. DOI: 10.15196/TS580204
- ENYEDI, GY. (2012): *Városi világ*. Akadémia Kiadó, Budapest.
- KOLTAI, Z. (2019): Magyarországi gazdasági központok és mobilitási hajlandóság a telephelyi tényezők tükrében. *Földrajzi Közlemények* (143)4: pp. 324-338. DOI: 10.32643/fk.143.4.3
- KOLTAI, Z. (2014): *Sikerés és versenyképes városok, Piackutatás a magyar települések körében*. PTE FEEK, Pécs.
- KOLTAI, Z. (2007): A magyarországi városok versenyképességének vállalati megítélése. *Tér és Társadalom* (21)2: pp. 23-42. DOI: 10.17649/TET.21.2.1106
- KOLTAI, Z. (2006): A magyar lakosság és vállalati szféra lakó-, illetve telephelyválasztásának szempontjai. *Területi Statisztika* (46)3: pp. 240-254.

- KOLTAI, Z. – FILÓ, CS. (2021a): A hazai nagyvárosok sikerességének tényezői a vállalati vélemények tükrében. *Tér és Társadalom* (35)1: pp. 92-112. DOI: 10.17649/TET.35.1.3213
- KOLTAI, Z. – FILÓ, CS. (2021b): A magyarországi városok telephelyi tényezőinek vállalati megítélése. *Területi Statisztika* (61)1: pp. 79-104. DOI: 10.15196/TS610104
- KOVÁCS, Z. (2010): *Népesség- és településföldrajz*. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.
- KOZMA, G. (1998): A gazdasági élet szereplőinek térbeli preferenciái. *Falu Város Régió* (5)9: pp. 7-14.
- KRUGMAN, P. (1998): Space: The Final Frontier. *Journal of Economics Perspectives* 12(2): pp. 161-175. DOI: 10.1257/jep.12.2.161
- KRUGMAN, P. (1994): Competitiveness: a Dangerous Obsession. *Foreign Affairs* 73(2): pp. 28-44. DOI: 10.2307/20045917
- KRUGMAN, P. (1993): First Nature, Second Nature, and Metropolitan Location. *Journal of Regional Science* 33(2): pp. 129-144. DOI: 10.1111/j.1467-9787.1993.tb00217.x
- LENGYEL, I. (2010): *Regionális gazdaságfejlesztés. Versenyképesség, klaszterek és alulról szerveződő stratégiák*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- LENGYEL, I. (2003): *Verseny és területi fejlődés: Térségek versenyképessége Magyarországon*. JATEPress, Szeged.
- LENGYEL, I. – RECHNITZER, J. (2004): *Regionális gazdaságtan*. Dialóg Campus, Budapest-Pécs.
- LENGYEL, I. – VARGA, A. (2018): A magyar gazdasági növekedés térbeli korlátai – helyzetkép és alapvető dilemmák. *Közgazdasági Szemle* (65)5: pp. 499-524. DOI: 10.18414/KSZ.2018.5.499
- MOLNÁR, GY. (2008): A növekvő lélekszámú községek helyzete Baranya megyében. *Területi Statisztika* (48)4: pp. 417-430.
- NAGY, E. – NAGY, G. (2008): A városok gazdasági potenciálja. *Falu Város Régió* (15)3: pp. 32-42.
- NAGY, G. (2010): A centrumok és erőterek változásai a világgazdaságban. In: MÉSZÁROS, R. (szerk.): *A globális gazdaság földrajzi dimenziói*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 172-198.
- NEMES NAGY, J. (1998): Vesztesek - nyertesek – stagnálók. A társadalmi-gazdasági változások regionális dimenziói. *Társadalmi Szemle* (53)8-9: pp. 5-18.
- PORTER, M. E. (2000): Location, Clusters, and Company Strategy. In: CLARK, G. L. - FELDMAN, M. P. - GERTLER, M. S. (eds.): *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford University Press, Oxford. pp. 253-274.
- PORTER, M. E. (1999): Microeconomics Competitiveness: Findings from the 1999. Executive Survey. In: *The Global Competitiveness Report*. World Economic Forum, Davos. pp. 30-53.
- PORTER, M. E. (1996): Competitive Advantage, Agglomeration Economies, and Regional Policy. *International Regional Science Review* (19)1-2: pp. 85-94. DOI: 10.1177/016001769601900208
- RECHNITZER, J. (1994): *Fejezetek a regionális gazdaságtan tanulmányozásához*. MTA RKK, Győr-Pécs.

SCOTT, A. J. – AGNEW, J. – SOJA, E. W. – STORPER, M. (2001): Global city-regions. In: SCOTT, A. J. (eds): *Global city-regions. Trends, theory, policy*. Oxford University Press, Oxford. pp. 11-32.

SCOTT, A. J. – STORPER, M. (2003): Regions, Globalization, Development. *Regional Studies* (37)6-7: pp. 579-593. DOI: 10.1080/0034340032000108697a

STORPER, M. (2000): Globalization, Localization, and Trade. In: CLARK, G. L. – FELDMAN, M. P. – GERTLER, M. S. (eds.): *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford University Press, Oxford. pp. 146-165.

SZÉPVÖLGYI, Á. (2009): A nagyvárostérségi elégedettségek és a kulturális fogyasztás jellegzetességei. In: SZIRMAI, V. (szerk.): *A várostérségi versenyképesség társadalmi tényezői*. Dialóg Campus, Budapest-Pécs. pp. 163-169.

SZIRMAI, V. – VÁRADI, ZS. (2009): A nagyvárostérségi társadalmak és a konfliktusok. In: SZIRMAI, V. (szerk.): *A várostérségi versenyképesség társadalmi tényezői*. Dialóg Campus, Budapest-Pécs. pp. 141-149.

VARGA, A. (2002): Johann von Thünen és az „új gazdaságföldrajz” térgazdaságtana. In: BARANCSUK, J. – OROSZI, S. – VARGA, A. (szerk.): *Tanulmánykötet Zinhaber Ferenc professzor emlékére*. PTE KTK, Pécs. pp. 87-98.

# HALLGATÓK FENNTARTHATÓ TURISZTIKAI FOGYASZTÁSAI

*Dr. Kántor Szilvia*

*Pannon Egyetem; kantor.szilvia@gtk.uni-pannon.hu*

## **Absztrakt**

A környezet- és klímavédelemmel kapcsolatos kutatások egyik kiemelt célcsoportját a fiatalok, ezen belül is az egyetemisták képezik. A korábbi években készített kutatások igazolták, hogy a korosztály alapvetően nyitott a fenntarthatóság iránt, azonban a hétköznapiak során inkább a kisebb áldozatokkal járó cselekvéseket valósítják meg.

Jelen kutatás célja annak a felmérése, hogy a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karára járó nappali tagozatos elsőéves magyar és nemzetközi egyetemista hallgatók mennyire tudatosak a témával kapcsolatban, illetve, hogy utazásaik során milyen áldozatokat hoznak, azért, hogy „zöldek” legyenek.

Az eredmények alapján elmondható, hogy a turisztikai fogyasztás tekintetében inkább a könnyű, kevés erőfeszítéssel megvalósítható cselekedetek jellemzik a hallgatókat. Kényelmükről ez esetben sem szívesen mondanak le, azonban nyitottak az új megoldások iránt. Emellett, szívesebben választanak olyan desztinációkat, melyek csendes és természetközeli pihenéssel kecsegtetnek.

*Kulcsszavak: hallgatók, környezetvédelem, fenntarthatóság, turizmus*

## **SUSTAINABLE TOURISM CONSUMPTION OF UNIVERSITY STUDENTS**

### **Abstract**

Young people, especially university students, are a key target group for researches focusing on environment and climate protection. Literatures in previous years has shown that this generation is basically open to sustainability but tends to take actions with lower sacrifices in their everyday lives.

The aim of this research is to assess the awareness regarding sustainability in the case of tourism habits of the first-year Hungarian and international students attending the Faculty of Business and Economics of the University of Pannonia.

The results show that students tend to be more inclined to take easy actions that do not go together with a lot of sacrifice regarding their tourism consumption. They are also reluctant to give up their comfort but are open to new solutions. They also prefer to choose destinations that offer quiet holiday in natural areas.

*Keywords: university students, environment protection, sustainability, tourism*

Köszönetnyilvánítás: A cikkben bemutatott kutatás a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által biztosított forrásból NKFIH-471-3/2021 számú „Éghajlatváltozás Multidiszciplináris Nemzeti Laboratórium létrehozása” című projekt támogatásával valósult meg.”

## **Bevezetés**

Manapság egyre fontosabbá válik a klíma- és környezetvédelem, így folyamatosan növekszik azon tudományos kutatások száma, melyek a fenti témakörök bizonyos aspektusait veszik górcső alá. A vizsgálatok egyik kiemelt célcsoportját a fiatalok képezik, hiszen hamarosan ők vállnak a jövő meghatározó alakjaivá, akik pozitív és negatív irányba egyaránt képesek formálni a jövőt. A középiskolások és egyetemisták tudás- és ismeretanyagának felmérése, valamint véleményének megismerése számos kutatómunkát inspirált a múltban. A szakirodalom megállapításai alapján elmondható, hogy a korosztály alapvetően nyitott a környezetvédelem iránt, azonban nagymértékben igénylik az oktatási intézményekben dolgozó tanárok és oktatók segítségét az elérhető információk értékelésében. Emellett, az is bebizonyosodott, hogy azok a tanulók és hallgatók, akik a környezetvédelemmel kapcsolatban sok tudásra tesznek szert tanulmányaik során, hétköznapi életükben is fenntarthatóbb életmódot folytatnak. Ezért játszik kiemelten fontos szerepet a témával kapcsolatos ismeretterjesztés a fiatalok körében.

Jelen kutatás célja a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karára járó nappali tagozatos elsőéves magyar és nemzetközi egyetemista hallgatók mindennapi fenntarthatósági törekvéseinek és környezetvédelmi attitűdjének megismerése a turisztikai szokásaik vizsgálatán keresztül. A kutatás célja egy olyan összehasonlító elemzés készítése, melyben kimutatásra kerül a környezeti- és klímavédelmi oktatás szemlélet- és attitűdformáló hatása.

A kutatás két részből áll. Az első során a hallgatók beszámolnak az általuk, a környezetvédelem érdekében tett cselekvésekről turisztikai szokásaik példáján keresztül. Majd a félév során a tanórák folyamán több alkalommal és több aspektusból is érintésre kerülnek a környezeti fenntarthatóság és a klímavédelem témakörei. Ezt követően, a második szakaszban a vizsgálatok folytatódnak, a 2022/2023-as tanévben a hallgatók ismét megkérdezésre kerülnek egy online kérdőív segítségével. Végül a két időszak eredményei összehasonlítására kerülnek és kimutathatóvá válik, hogy mennyire befolyásolja a környezetvédelmi témakörökkel való foglalkozás a turisztikai szokásokat. A jelen cikkben bemutatott kutatás a kezdeti állapot eredményeit tükrözi.

## **Környezettudatos gondolkodás**

A környezethez való viszony, illetve a környezeti kérdések megítélése az elérhető információk, az érdeklődési kör, illetve a tudományos kutatások napvilágra kerülésének függvényében folyamatosan változik (MONOSTORI – HŐRICH 2008). Sok esetben pedig a Dunning-Kruger hatás érvényesülése is befolyásolja az eredmények, főként a kérdőíves megkérdezések értelmezhetőségét (GONDA 2022).

A fenntarthatóság jelentősége világszinten növekszik, a fogyasztói preferenciákban pedig egyre nagyobb szerepet játszik a környezetvédelem (SZABÓ 2020). A környezethez való hozzáállás vagy attitűd alapvetően pozitív vagy negatív irányú lehet. Előbbi esetén az emberek számára kiemelt kérdés a természet védelme, valamint a környezeti kérdések iránt való erőteljes elköteleződés vagy magas fokú felelősségvállalási hajlandóság. Az utóbbi kapcsán pedig inkább természetkárosító viselkedésről beszélhetünk, de a szakirodalom alapján ide sorolható a pazarlás, sőt a semleges hozzáállás is (KONYHA 2011).

A természettel kialakított kapcsolat nagymértékben meghatározza az attitűdöt. Elmondható, hogy azon személyek, akik közel érzik magukhoz a természetet, általában jobban aggódnak annak védelméért, valamint tájékozottabbak a környezeti kérdésekkel kapcsolatban. Ezzel szemben a kevésbé elkötelezett emberek csupán akkor figyelnek fel a problémákra, ha azok személyesen is érintik őket a mindennapjaik során (PISKÓTI 2014).

Általánosságban elmondható, hogy a környezeti kérdésekkel kapcsolatban egy új irányú gondolkodás figyelhető meg, mely főként a tudományos világ és a környezetvédelemmel foglalkozó szervezetek tevékenységei nyomán formálódik és alakul. Ezt az újfajta szemléletet magasfokú aggodalom jellemzi a környezettel kapcsolatban, valamint kiemelt figyelmet szentel a gazdasági tevékenységek eredményeinek és a különböző iparágakban érdekelt vállalatok környezetkárosító magatartásának. Emellett, a „vásárlók” is célkeresztbe kerülnek, aminek hatására a hagyományos fogyasztói társadalom normái és szokásai szintén változó félben vannak. Az újfajta értékek mentén szocializálódott személyeket a környezeti értékek jobban érdeklik, szokásaikon pedig nagyobb mértékben is hajlandóak változtatni annak érdekében, hogy a természetet megóvják. Ezzel kapcsolatban azonban le kell szögezni azt is, hogy ez egy olyan folyamat, mely lassan történik és melyet erőszakkal sürgetni nem szabad (MONOSTORI – HÖRICH 2008).

KONYHA 2010-es Magyarországon végzett kutatásai alapján a felnőtt lakosság környezeti attitűdje pozitív, a hozzáállást tekintve öt nagyobb csoportba sorolhatóak a magyarok:

- „nemtörődöm nagyvárosiak”,
- „környezet érzékenyek”,
- „távolságtartó érdeklődők”,
- „kétkedők”
- „felelősségvállaló vidékiek”.

A fiatalok környezettudatos gondolkodását és viselkedését számos tényező befolyásolja. A szülők és a család az a közeg, ahol először merülnek fel ezek a kérdések, azonban az oktatás is fontos szerepet játszik abban, hogy mennyire élnek majd környezetbarát életet felnőttként a gyermekei. A 21. században rendkívül nagy kihívást jelent mindez az iskolarendszernek (JÁGER – RAUSCH 2021).

A kutatás középpontjában álló elsőéves egyetemista hallgatók még közel állnak a középiskolás évekhez, így a szakirodalmi feldolgozásban a középfokú oktatásban részt vevő tanulókkal kapcsolatos korábbi megállapítások is bemutatásra kerülnek.

A középiskolás korosztály környezeti attitűdjét vizsgáló kutatások hosszú múltra tekintenek vissza, melyek főbb megállapításai az 1. táblázatban kerülnek összefoglalásra.



1. táblázat: A középiskolások környezeti attitűdjét vizsgáló kutatások főbb megállapításai

Szerző, évszám	Vizsgált célcsoport	Fontosabb megállapítások
WORSLEY – SKRZYPIEC (1998)	középiskolások (Ausztrália)	Az alacsonyabb társadalmi-gazdasági rétegből származók pozitívabban viszonyultak a tudomány és technika által nyújtott környezetvédelmi intézkedések hatékonyságához.
BENN (2004)	12-19 éves diákok (Dánia)	Véleményük szerint a technikai haladás képes lesz kezelni a környezeti problémákat a jövőben.
ASUNTA (2004)	15 éves diákok (Ciprus)	Az idősebbek több információforrást használnak a tájékozódásra. A lányok érzékenyebbek a téma iránt.
BOYES et al. (2008)	középiskolások (Ausztrália)	Kevés erőfeszítést igénylő tevékenységek esetén (pl. húsfogyasztás csökkentése) könnyebb elérni a magatartásváltozást. A személyes fogyasztás csökkentésére való hajlandóság alacsony.
MICHALOS et al. (2009)	10-18 éves diákok (Kanada)	A pozitív attitűd megléte nő az életkor előrehaladtával, de a magatartásra ez nem feltétlenül igaz.
MARJAINÉ SZERÉNYI et al. (2012)	középiskolások, egyetemisták (Magyarország)	A környezeti nevelés hatására a természetvédelemmel kapcsolatos attitűd pozitív irányba változik.
SZÜCS – HÁMORI (2016)	középiskolások, 18-28 évesek (Magyarország)	Fontos szereppel bír a család és a tanárok iránymutatása a környezetvédelmi kérdésekben. A kényelmetlennek ítélt környezetvédelmi tevékenységeket nem szívesen gyakorolja a korosztály.
SZEBERÉNYI – VARGA-NAGY (2017)	középiskolások, egyetemisták (Magyarország)	A környezetvédő magatartás természetes a korosztály körében. Szívesen foglalkoznak a témával szabadidejükben is.

*Forrás: Saját szerkesztés*

Ahogy az 1. táblázat mutatja, a 2000-es évek elején végzett kutatások eredményei szerint a fiatalok akkoriban a technológia vívmányaiban látták a környezeti problémákra való megoldást, mára azonban a középiskolások is felismerték azt, hogy a személyes tettek (pl. fogyasztás volumenének és szerkezetének megváltoztatása) nagyobb szerepet játszanak a természet védelmében. Azonban a számukra kényelmetlennek tűnő megoldásoktól gyakran teljes mértékben elzárkóznak. A korosztály hozzáállása világszerte pozitívnak tekinthető. A tanulók szívesen informálódnak a témával kapcsolatban szabadidejükben, de fontos, hogy egy számukra releváns személy (pl. szülők, családtagok, tanárok) segítse őket a források értékelésében és az információk feldolgozásában.

Az egyetemistákkal kapcsolatban hasonló megállapítások születtek. A hallgatók esetén a belső érdeklődési kör meghatározó szereppel bír (ZSÓKA et al. 2011 és 2012), megfelelő iránymutatás nélkül azonban a talált információk sok esetben tévesen kerülnek értékelésre és megértésre. Az Egyesült Államok egyetemistái például gyakran rosszul ítélik meg a klímaváltozás legfőbb okozóit (WACHHOLZ – ARTZ – CHENE 2014).

Alapvetően elmondható, hogy a hallgatók nyitottak és érdeklődőek a témával kapcsolatban, valamint, hogy fontos számukra a környezetvédelem (SALEHI et al. 2016, SZEBERÉNYI – VARGA-NAGY 2017, CHENG – GONZALEZ-RAMIREZ 2020), sok esetben azonban tudásuk inkább csak közepesre értékelhető (SALEHI et al. 2016, NMARNÉ KENDÖL 2019,

MÉNDEZ-CADENA et al. 2020). Annak ellenére, hogy a környezettudatos magatartás egyre inkább természetessé válik számukra (SZEBERÉNYI – VARGA-NAGY 2017), mégis inkább csak kisebb változásokat hajlandóak eszközölni az életükben a probléma mérséklése érdekében (DI GUISTO – LAVALLEE – YU 2018). A fogyasztás csökkentése számukra nem opció, ezt radikálisan elutasítják. A fenntarthatóságot a legtöbben csak a természeti kérdésekkel azonosítják (KAGAWA 2007).

A kutatási eredmények alapján leginkább a női (VICENTE-MOLINA – FERNÁNDEZ-SAINZ – IZAGRIRRE-OLAIZOLA 2018) és a környezetvédelemmel kapcsolatos tanulmányokat folytató (NMARNÉ KENDÖL 2019, HAQ – AHMED 2020) hallgatói csoportok veszik komolyabban a kérdést.

A témához szorosan kapcsolódik a klímaszorongás problémája is. MARKS és szerzőtársai (2021) szerint a 18-25 éves korosztály 84%-a közepes módon, 59%-a pedig rendkívüli módon aggódik a klímaváltozás miatt. A megkérdezettek fele szomorú és dühös, ha a témára gondol, emellett bűnösnek és erőtlennek is érzi magát egyszerre. A résztvevők 45%-ának mindennapját negatívan befolyásolja a klímavédelem iránti szorongás, 75%-uk pedig még a jövőt is félelmetesnek tartja. A szerzők szerint azokban az országokban magasabb a szorongás mértéke, ahol a nemzeti klímapolitikák kevésbé erősek.

### **A kutatás módszertana**

A kutatás célja a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karára járó nappali tagozatos elsőéves hallgatók környezeti attitűdjének és fenntartható turisztikai tevékenységeinek és gyakorlatainak megismerése. A tervezett kutatás két nagyobb részből áll, elsőként feltárássra kerül a hallgatók kezdeti hozzáállása és véleménye a témához, majd a következő évben begyűjtött adatok segítségével bemutatásra kerülnek az attitűdben bekövetkezett változások. A két adatfelvétel között a hallgatók különböző kurzusok keretein belül foglalkoznak a környezetvédelemmel, melynek a szakirodalmi összefoglaló eredményei szerint szemléletformáló hatással kell lennie a véleményükre és az általuk alkalmazott környezetvédelmi tevékenységekre.

Jelen tanulmányban a kutatás első szakaszában lefolytatott adatfelvételéből nyert információk kerülnek bemutatásra, tehát a hallgatók kezdeti hozzáállásának megismerésére nyílik lehetőség. A cikk fókuszában a hallgatók utazásaihoz köthető fenntarthatósági és környezetvédelmi szokások állnak.

A kutatás során kvalitatív és kvantitatív módszerek egyaránt alkalmazásra kerülnek. Az előbbi során fókuszcsoportok interjúk segítségével a Pannon Egyetemre járó elsőéves nemzetközi hallgatók véleménye domborodik ki a témában. Két darab fókuszcsoportos interjú összesen 22 hallgató vett részt, akik négy nagyobb és általánosabb témakör mentén fejthették ki véleményüket. A témakörök az alábbiak voltak:

- a fenntarthatósággal kapcsolatos első gondolatok,
- a fenntarthatóság jegyében az általuk jónak ítélt és/vagy alkalmazott hétköznapi jó gyakorlatok,
- a tájékozódásra használt információk forrásai, valamint
- minden olyan téma, mely érdekes számukra a környezetvédelemmel és a fenntarthatósággal kapcsolatban.

A kvantitatív kutatás során egy kérdőíves megkérdezés segítségével számoltak be a hallgatók saját szokásaikról. Összesen 101 értékelhető válasz érkezett a kérdőívre. A kitöltésre a 2021/2022-es tanév II. félévének első felében került sor. A kérdések az általános nyaralási szokásokra (időpont, időtartam, a desztináció sajátosságai, használt közlekedési eszközök,

igénybe vett szálláshelyek), a nyaralás és a hétköznapok során alkalmazott fenntarthatósági gyakorlatokra, a klímaszorongásra és a demográfiai sajátosságokra vonatkoztak.

### **A kutatás eredményei**

Ebben a fejezetben kerülnek bemutatásra a fókuszcsoporthoz tartozó interjúk és a kérdőíves felmérés eredményei.

#### ***A fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés eredményei***

A két fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetésben összesen 22 nemzetközi hallgató vett részt. A beszélgetés során a résztvevők a környezetvédelmi ismereteikkel kapcsolatban számoltak be 4 nagy témakör mentén.

Elsőként arra kértem őket, hogy idézzék fel az első gondolatot, ami a fenntarthatósággal és a környezetvédelemmel kapcsolatban eszükbe jut. Az alábbi dolgokat említették a hallgatók:

- helyi termékek,
- hulladékkezelés,
- szélenergia,
- elektromos járművek,
- megújuló energia,
- természet,
- környezetvédelem,
- újrahasznosítás,
- a bolygó és a természet gondviselése,
- kontroll,
- körforgás gazdaság,
- saját magunk által készített bevásárló táskák,
- aktivisták, és
- fogyasztás csökkentés.

Ezt követően arról beszélgettünk, hogy ők a mindennapjaik során mit tesznek a környezet védelméért. A fenntarthatósági jó gyakorlataik között elhangzott a kerékpáros közlekedés előtérbe helyezése, a szelektív hulladékgyűjtés, az újrahasznosítható csomagolóanyagok használata, a szemétszedő akciókban való részvétel, a helyi termékek vásárlása, a műanyagok használatának csökkentése és a tömegközlekedés használata. Emellett néhányan azt is kiemelték, hogy örömmel fogadnának a saját lakókörnyezetükben a fák számának növelésére irányuló programokat, kezdeményezéseket, valamint hogy a tömegközlekedés olcsóbbá tételének hatására gyakrabban használnák ezt a fajta közlekedési módot.

Kíváncsi voltam, hogy milyen forrásból tájékozódnak, ezzel kapcsolatban azonban igazán konkrét információ nem hangzott el. A hallgatók az interneten és a közösségi média különböző felületein böngészve gyűjtik az információt, néhányan aktivisták (e.g. Greta Thunberg) tevékenységeit követik. Volt, aki a szüleiivel közösen beszélget a témáról, mások non-profit nemzetközi szervezetek oldalait és blogbejegyzéseit követve tájékozódnak. Saját bevallásuk szerint nem igazán tudatosan keresik az őket érdeklő környezetvédelemmel foglalkozó

tartalmakat, inkább csak esetlegesen botlanak ezekbe. Arra is rámutattak, hogy az információk valódiságát az esetek többségében nem ellenőrzik le.

Az utolsó kérdés az őket igazán érdekítő „zöld” témák voltak. Többen említették a környezeti problémák miatt otthonukat elhagyni kényszerülő menekültek helyzetét, az óceánok vízszintjének emelkedéséhez kapcsolódó problémákat, az olajat helyettesítő erőforrásokkal kapcsolatos ismereteket, a környezetbarát termékeket, valamint a megújuló energia általános felhasználási lehetőségeit.

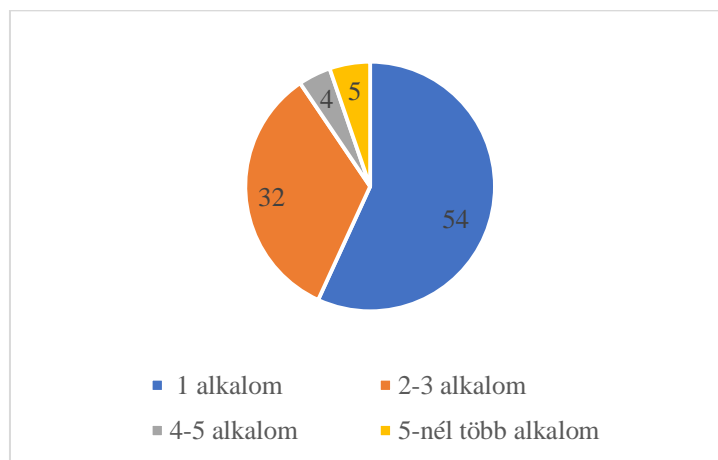
### ***A kérdőíves felmérés eredményei***

A kérdőívre érkezett válaszok száma az adattisztítás után 101 volt. A kitöltők 25,7%-a férfi (26 fő), 74,3%-a nő (75 fő) volt. Az életkorukat egész számban kifejezve adták meg a válaszadók, a legfiatalabb kitöltő 18, a legidősebb pedig 33 éves volt. A legtöbben a 18 és 21 év közötti korosztályt képviselték (81,2%), a legidősebbek (30+) mindössze 4%-ot tettek ki a mintában. Az átlagéletkor 20,63 volt 2,436 szórással. A legtöbb kitöltő városban lakik (45 fő), ezt követi a község (40 fő), a megyeszékhely (9 fő) és végül a főváros (7 fő). Az anyagi helyzetüket egy 1-5 tartó skálán értékelték a hallgatók (1- nagyon rossz, 5-nagyon jó). 38 fő 4-est, 36 fő 3-ast jelölt, 9 fő 5-re, 5 fő pedig 1-re értékelte saját anyagi körülményeit.

A kitöltők ezt követően először általános utazási szokásaikról számoltak be. Összesen öt fő nyilatkozott úgy, hogy nem szokott nyaralni járni, az ő utazási sajátosságai ebben a részben értelemeszerűen nem kerülnek bemutatásra.

A többiek éves nyaralásainak számát az 1. ábra ismerteti.

1. ábra: Éves nyaralások száma (fő)



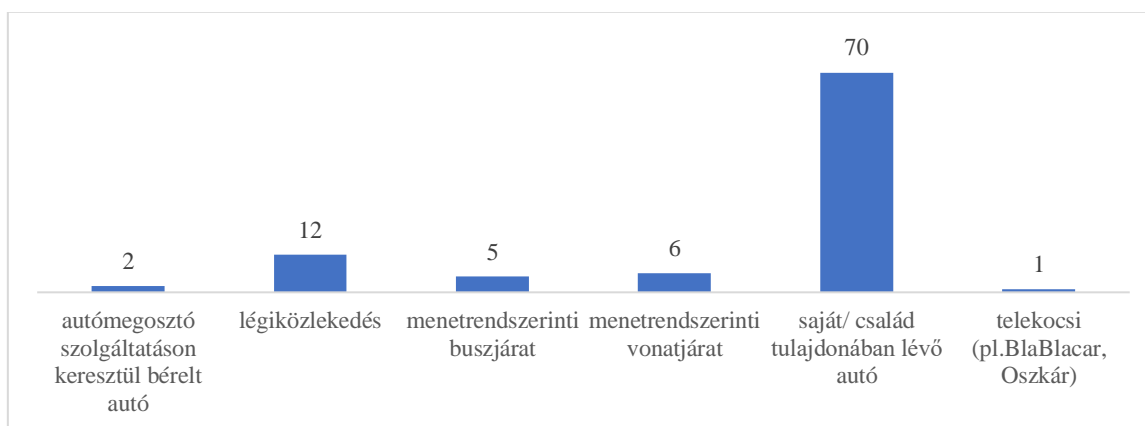
*Forrás: Saját szerkesztés*

A legtöbben évente általában 1 alkalommal járnak nyaralni (55 fő), valamivel kevesebben engedhetik meg maguknak az évi 2-3 alkalmat (32 fő), ennél többször pedig mindössze csak néhányan utaznak.

Az évszakot tekintve elmondható, hogy a többség nyáron (89 fő) nyaral, az őszt (3 fő), és a tavaszt (4 fő) kevesen jelölték, a télre pedig egy válasz sem érkezett.

Az utazásra használt közlekedési eszközöket a 2. ábra mutatja be.

2. ábra: A preferált közlekedési eszközök (fő)



*Forrás: Saját szerkesztés*

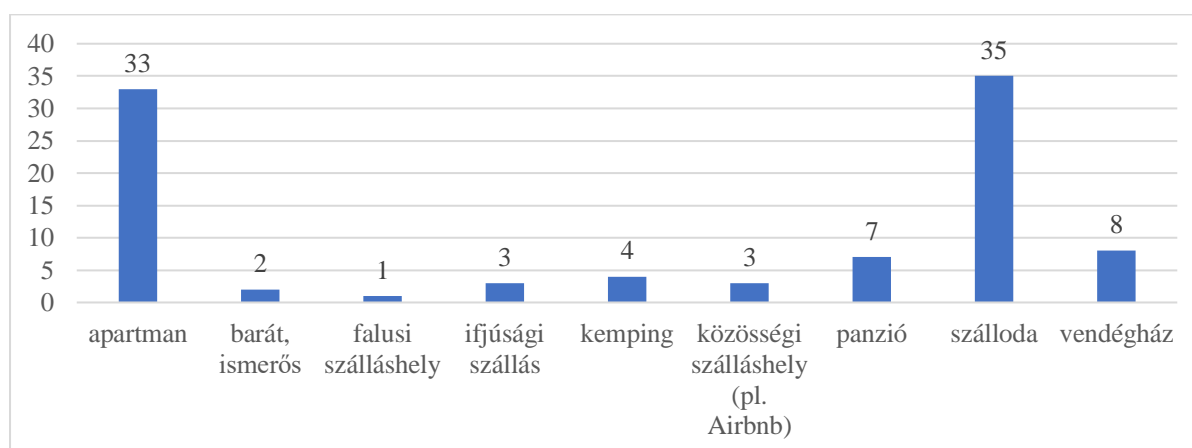
Az eredmények alapján elmondható, hogy a legtöbben saját/ család tulajdonában lévő autóval járnak (70 fő), ezt követi a légitözlekedés (12 fő) és a menetrendszerinti vonat- (6 fő) és buszjáratok (5 fő). További 2 fő autómegosztó szolgáltatáson keresztül bérel, 1 pedig telekocsival jár.

Ezt követően arra kértem a hallgatókat, hogy km-ben kifejezve adják meg, hogy átlagosan mekkora távolságot tesznek meg azért, hogy nyaraljanak. A legkisebb beírt távolság 100 km, a maximum 6488, az utak átlagos hossza pedig 628,16 km volt.

A kitöltők arra is választ adtak, hogy általában hány napig tart a nyaralásuk. A legtöbben (64 fő) 4-7 napig tartózkodik a meglátogatott desztinációban, ezután a leggyakrabban a 2-3 napot (19 fő) és a több mint 7 napot (11 fő) jelölték. Egy hallgató pedig az 1 napos válaszlehetőségre szavazott.

A hallgatók által előnyben részesített szálláshely típusok a 3. ábrán kerülnek bemutatásra.

3. ábra: A preferált szálláshelytípusok (fő)



*Forrás: Saját szerkesztés*

A legtöbben (35 fő) a szállodákat és az apartmanokat (33 fő) választották, a többi lehetőségre érkezett válaszok száma elenyésző volt, ahogy azt az ábra is mutatja.

Ebben a blokkban még arra kértem a kitöltőket, hogy egy listából válasszák ki azokat a nyaralóhely típusokat, melyeket előnyben részesítenek. Egy válaszlehetőséget több alkalommal is bejelölhettek. A belföldi (50 említés) és a külföldi (55 említés) desztinációk közel azonos népszerűségnek örvendtek. Leginkább a csendes vízparti nyaralóhelyeket (59 említés), a

természetközeli nyaralóhelyeket (49 említés) és a csendes nyugodt kisebb városokat (43 említés) preferálják a válaszadók. Ezt követi a hegyvidék (28 említés), a nagyváros, metropolisz (25 említés), a falusi nyaralóhely (23 említés) és az élénk vízparti település (23 említés).

A következő részben arról számoltak be, hogy nyaralásaik alatt mennyire környezettudatosak. Összesen 20 állítást értékelhettek egy 1-5-ig tartó skálán (1-egyáltalán nem jellemző, 5-teljes mértékben jellemző), aszerint, hogy ezeket mennyire érzik igaznak magukra az utazásaik során. Ezek átlaga, szórása, mediánja és módusza a 2. táblázatban kerül bemutatásra.

2. táblázat: A hallgatók környezettudatos magatartása

Állítások	átlag	szórás	medián	módusz
főszezonon kívül utazok	2,75	1,142	3,00	3
kerülöm a túlszűfolt helyeket	3,21	1,222	3,00	3
meglátogatok helyi termelői piacokat	2,74	1,316	3,00	2
helyi termelőktől vásárolok	2,88	1,216	3,00	3
keresem a helyi ízeket	3,84	1,182	4,00	5
kevesebb húst fogyasztok	2,08	1,228	2,00	1
inkább szezonális ételeket fogyasztok	3,30	1,162	3,00	3
nem veszek felesleges holmikat	3,09	1,266	3,00	3
odafigyelek az energiahasználatra	3,14	1,101	3,00	3
odafigyelek a vízhasználatra	3,23	1,081	3,00	3
vigyázok a természetre	4,03	1,100	4,00	5
környezetbarát szálláshelyet választok	3,08	1,130	3,00	3
szívesen költök többet környezetbarát szálláshelyre	2,89	1,204	3,00	3
szívesen költök többet környezetbarát termékekre	3,07	1,207	3,00	3
kerülöm az eldobható evőeszközöket	3,59	1,245	4,00	5
szelektíven gyűjtöm a hulladékot	3,92	1,202	4,00	5
nem szemetelek	4,44	0,971	5,00	5
ha lehet biciklizek, gyalogolok	3,95	1,070	4,00	5
másokat is ösztönzők a környezetvédelemre	3,36	1,180	3,00	3
tiszteletben tartom a helyieket	4,50	0,871	5,00	5

*Forrás: Saját szerkesztés*

A táblázatból kiolvasható, hogy a hallgatók legmagasabbra a helyiek iránti tiszteletet, a szemetelésmentességet, valamint a természetre való vigyázást értékelték. Ezt követi a kerékpáros, gyalogos közlekedés, a szelektív hulladékgyűjtés, valamint a helyi ízek iránti érdeklődés. A legkevésbé pedig a húsfogyasztás csökkentésével, a termelői piacok látogatásával, valamint a főszezonon kívüli utazással tudnak azonosulni a hallgatók. Hasonlóan gyengének értékelték még a helyi termelőktől való vásárlást és a környezetbarát szálláshelyek választását is.

Ezután arról is beszámoltak, hogy mennyire érdekli őket a környezetvédelem, mennyire aggódnak a környezeti kérdések miatt, mennyire tartják magukat klímaszorogónak, illetve, hogy összeségében, mennyire tartják saját életvitelüket klímabarátnak. Szintén egy 1-5-ig tartó skálán értékelték saját magukat (1-egyáltalán nem jellemző, 5-teljes mértékben jellemző). A 3. táblázat mutatja be a válaszok átlagát, szórását, mediánját és móduszát.

3. táblázat: A környezetvédelemmel kapcsolatos attitűd a hétköznapok során

	átlag	szórás	medián	módusz
érdeklődés a környezetvédelem iránt	3,89	1,009	4,00	4
aggodalom a környezetvédelem miatt	3,85	1,043	4,00	4
klímaszorongás	2,45	1,269	3,00	1
környezetbarát élet	3,70	0,625	4,00	4

*Forrás: saját szerkesztés*

Az eredmények alapján elmondható, hogy az érdeklődés és az aggodalom a közepesnél magasabb szintű, klímaszorogónak azonban nem sokan érzik magukat. A környezetbarát életstílus esetén pedig szintén a közepesnél kicsit magasabb értékelés született.

Végül azt kérdeztem tőlük, hogy véleményük szerint kik tehetnek a legtöbbet a klímaváltozás negatív hatásainak csökkentése érdekében. A legtöbbben saját magukat (38 fő), az országok kormányait (25 fő) és a vállalatokat (23 fő) jelölték. A nemzetközi szervezetekre 5 szavazat érkezett, de 10-en úgy gondolták, hogy az összes felsorolt fél együttes fellépése szükséges annak érdekében, hogy a lehető legkevesebb kárt szenvedje el a természet és az emberiség.

### **Összegzés**

A kutatás eredményei összhangban állnak a szakirodalomban olvasható megállapításokkal. Ezek alapján elmondható, hogy a hallgatók alapvetően nyitottak és érdeklődőek a környezetvédelmi kérdések iránt, gyakran és szívesen tájékozódnak a témában, azonban az információk valóságát nem minden helyzetben ellenőrzik és magas fokú bizalmat mutatnak a számukra hiteles szervezetek és aktivisták tartalmi iránt.

A mindennapokban leginkább csak a könnyen és egyszerűen megvalósítható fenntartható és környezetbarát tevékenységeket végzik (pl. szelektív hulladékgyűjtés, újrahasznosítható csomagolóanyagok használata, valamint a környezeti értékek védelme). Saját bevallásuk szerint számukra fontos a környezetvédelem, közepesre értékelik az általuk folytatott életstílus környezeti fenntarthatóságát, ugyanakkor a többség nem tartja klímaszorogónak magát.

Turisztikai célú utazásaik is ehhez hasonlóak. A tartózkodás alatt a legnagyobb hangsúlyt a helyi értékek tiszteletben tartására, a szemetelés mellőzésére, valamint a természeti kincsek védelmére fordítják. A komolyabb erőfeszítést igénylő tevékenységek (pl. energiahasználatra való odafigyelés, a húst tartalmazó étkezések számának csökkentése, helyi termékek vásárlása, környezetbarát szálláshelyek választása, stb.) már kevesebbekre jellemző. Ezzel összhangban a sem a telekocsi, sem pedig a tömegközlekedés nem számít népszerűnek a megkérdezett hallgatók körében, inkább kevésbé környezetbarát módon utaznak, saját gépjárművel vagy légitársasággal.

Nagyra értékelik ugyanakkor a csendes, nyugodt természetközeli desztinációkat (pl. kisváros, vízparti nyaralóhely), de szívesebben szállnak meg szállodákban és apartmanokban, mint autentikus falusi szálláshelyeken. A turisztikai főszezonon kívül pedig igen kevesen utaznak.



## ***Irodalomjegyzék***

ASUNTA, T. (2004): Knowledge sources, attitudes and self-reported behaviour of secondary-level science students concerning environmental topics. In: LAINE, A. – LAVONEN, J. – MEISALO, V. (szerk.): *Current research on mathematics and science education*. University of Helsinki, Research Report 253.

BENN, J. (2004): Consumer education between „consumership” and citizenship: experiences from studies of young people. *International Journal of Consumer Studies* 28: pp. 108–116.

BOYES, E. – SKAMP, K. – STANISSTREET, M. (2008): Australian secondary students’ views about global warming: Beliefs about actions, and willingness to act. *Research in Science Education* 39: pp. 661–680.

CHENG, H. – GONZALEZ-RAMIREZ, J. (2020): Trust and the Media: Perceptions of Climate Change News Sources Among US College Students. *Postdigital Science and Education* 3(1). DOI: 10.1007/s42438-020-00163-y

DI GUISTO, B. – LAVALLEE, J. P. – YU, T. (2018): Towards an East Asian model of climate change awareness: A questionnaire study among university students in Taiwan. *PLoS One* 13(10): e0206298. DOI:10.1371/journal.pone.0206298

GONDA, T. (2022): Az iskolázottság hatása az empirikus turisztikai kutatások eredményére – A Dunning-Kruger hatás érvényesülésének megfigyelése. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 7(1): pp. 90-97. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.01.06.

HAQ, S. M. A. – AHMED, K. J. (2020): Perceptions about climate change among university students in Bangladesh. *Natural Hazards*. 103: pp. 3683–3713. DOI: 10.1007/s11069-020-04151-0

JÁGER, B. – RAUSCH, A. (2021): A klímaváltozás oktatása nemzetközi kutatások alapján: elméleti megközelítések, hatékony módszerek és tanulási eredmények. *Iskolakultúra* 31(3): pp. 75–92.

KAGAWA, F. (2007): Dissonance in students’ perceptions of sustainable development and sustainability. *International Journal of Sustainability in Higher Education* 8(3): pp. 317–338.

KONYHA, R. (2011): „Zöldebb” családokat! – Fiatalok környezeti attitűdje. *Új Pedagógiai Szemle* 61(1-5): pp. 484-498.

MARJAINÉ SZERÉNYI, ZS. – ZSÓKA, Á. – KOCSIS, T. – SZÉCHY, A. (2012): A fiatalok fogyasztási és életmódbeli szokásai a környezeti nevelés tükrében. *Új Pedagógiai Szemle* 2012(11-12): pp. 15-36.

MARKS, E. – HICKMAN, C. – PIHKALA, P. – CLAYTON, S. – LEWANDOWSKI, E. R. – MAYALL, E. E. – WRAY, B. – MELLOR, C. – VAN SUSTEREN, L. (2021): *Young People's Voices on Climate Anxiety, Government Betrayal and Moral Injury: A Global Phenomenon*. DOI: 10.2139/ssrn.3918955

MÉNDEZ-CADENA, M. E. – FERNÁNDEZ CRISPÍN, A. – VARGAS, A. C. – RUIZ, P. B. (2020): De La Representación Social Del Cambio Climático A La Acción. *RMIE* 25(87): pp. 1043-1068.

MICHALOS, A. C. – CREECH, H. – MCDONALD, C. – HATCH KAHLKE, P. M. (2009): *Measuring Knowledge, Attitudes and Behaviours towards Sustainable Development: Two Exploratory Studies*. International Institute for Sustainable Development, Winnipeg, 2009.

- MONOSTORI, K. – HÖRICH, B. (2008): Környezettudatosság: Attitűd vagy cselekvés? *Szociológiai Szemle* 2008(2): pp. 57–86.
- NMARNÉ KENDÖL, J. (2019): Hallgatói környezettudatosság környezetvédelmi témakörökben fiatal felnőtt korban. *Képzés és Gyakorlat* 17(3–4): pp. 195-210, DOI: 10.17165/TP.2019.3-4.16
- PISKÓTI, M. (2014): A környezeti kötődés meghatározása és kapcsolata a környezeti attitűddel, mérési megfontolások. In: HETESI, E. – RÉVÉSZ, B. (szerk.): *"Marketing megújulás": Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciája*. SZTE GTK, Szeged, pp. 311-320.
- SALEHI, S. – NEJAD, P. J. – MAHMOUDI, H. – BURKART, S. (2016): Knowledge of global climate change: view of Iranian university students. *International Research in Geographical and Environmental Education* 25(3): pp. 226-243. DOI: 10.1080/10382046.2016.1155322
- SZABÓ, S. (2020): A fenntartható turizmus és a helykötődés kapcsolatának vizsgálata a Busójárás kontextusában. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5(2): pp. 78-91. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.02.06
- SZEBERÉNYI, A. – VARGA-NAGY, A. (2017): Az ökoturizmus jövője – Összehasonlító elemzés a gyöngyösi diákok körében környezettudatossági aspektusból. *Studia Mundi - Economica* 4(5): pp. 73-82.
- SZŰCS, V. – HÁMORI, J. (2016): A fiatalok fenntartható fejlődéssel kapcsolatos ismereteinek és környezettudatos magatartásának kvalitatív vizsgálata. *Journal of Central European Green Innovation* 4(2): pp. 121-134.
- VICENTE-MOLINA, M. A. - FERNÁNDEZ-SAINZ, A. - IZAGIRRE-OLAIZOLA, J. (2018): Does gender make a difference in pro-environmental behavior? The case of the Basque Country University students. *Journal of Cleaner Production* 176: pp. 89-98. DOI: 10.1016/j.jclepro.2017.12.079
- WACHHOLZ, S. – ARTZ, N. – CHENE, D. (2014): Warming to the idea: university students' knowledge and attitudes about climate change. *International Journal of Sustainability in Higher Education* 15(2): pp. 128-141.
- WORSLEY, A. – SKRZYPIEC, G. (1998): Environmental attitudes of senior secondary school students in south Australia. *Global Environmental Change* 8: pp. 209–225.
- ZSÓKA, Á. – MARJAINÉ SZEMERÉNYI, ZS. – SZÉCHY, A. (2011): A környezeti nevelés szerepe a fenntartható fogyasztás és életmód kialakításában. In: CSUTORA, M. – HOFMEISTER TÓTH, Á. (szerk.) *Fenntartható fogyasztás? A fenntartható fogyasztás gazdasági kérdései. Szöveggyűjtemény*. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest, pp. 90-109.
- ZSÓKA, Á. – MARJAINÉ SZERÉNYI, ZS. – SZÉCHY, A. (2012): A környezeti képzés szerepe az egyetemisták környezeti tudatosságában - a BCE hallgatóinak példáján. In: *Fenntartható fogyasztás? Trendek és lehetőségek Magyarországon*. OTKA 68647 kutatás eredményei. AULA, Budapest, pp. 260-286.

# BODROGKERESZTÚRI ZSIDÓ HAGYOMÁNYOK TURISZTIKAI HASZNOSÍTÁSA ÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI

<sup>1</sup> Rozgonyiné Drotár Nikolett – <sup>2</sup> Szalók Csilla – <sup>3</sup> Petykó Csilla – <sup>4</sup> Nagy Adrienne –  
<sup>5</sup> Pecsmány Péter

<sup>1</sup> Nyíregyházi Egyetem; drotar.nikolett0411@gmail.com

<sup>2</sup> Budapesti Gazdasági Egyetem; Szalok.Csilla@uni-bge.hu

<sup>3</sup> Budapesti Gazdasági Egyetem; Petyko.Csilla@uni-bge.hu

<sup>4</sup> Budapesti Gazdasági Egyetem; Nagy.Adrienne@uni-bge.hu

<sup>5</sup> Miskolci Egyetem; ecopeter@uni-miskolc.hu

## Absztrakt

Bodrogkeresztúr zsidó hagyományai a XVIII. századig vezethetők vissza, amikor elkezdődött a zsidó személyek betelepülése a községbe. A közösség a hászid irányzathoz tartozott, akiknek a vezetőit rebbéknak, cádikoknak nevezik. A vezető rabbik példamutató életvitelükkel, segítségnyújtásukkal, tanácsaikkal hamar ismertté váltak a zsidó és nem zsidó vallásúak körében. Bodrogkeresztúron Steiner Jesájá rabbit csodarabbi néven tisztelték és tisztelik mind a mai napig a zsidó személyek. Élete során nagy hírnévre tett szert és életvitelének csodás tettei, adakozása miatt napjainkig több ezren keresik fel a sírját kéréseikkel. Erre a csodarabbi mítoszra alapozva újult meg a zsidó vallási turizmus a községben, amely egy-egy zsidó ünnep alkalmával húszezres nemzetközi turistaforgalmat generál. Kutatásunk témája, hogy a hazai turisztikai fejlesztések mennyiben járulnak hozzá a zsidó vallási turizmus fejlődéséhez és milyen lehetőséget rejt magában e turisztikai termék a minőségi és mennyiségi fejlődés tekintetében.

*Kulcsszavak: turizmus, csodarabbi, Bodrogkeresztúr, fejlesztések*

## **Bodrogkeresztúr zsidó hagyománya, a Csodarabbi mítosz kialakulása**

Az első zsidó családok 1726-ban költöztek Bodrogkeresztúrra. A lélekszámuk folyamatosan emelkedett, és 1840-ben még csak 239 fő volt, addig 1941-re 455 főre emelkedett. Mindez a település összlakosságának a 20%-át jelentette (FRISNYÁK – GÁL 2009).

A betelepülő zsidó családok hamar bekapcsolódtak a falu gazdasági életébe és irányítói lettek a borkereskedelemnek. A felvásárolt kóser bort főleg határon túlra szállították, de jelentős volt a hazai kereskedelem is. Már 1767-ben megalapították a Szentegyletüket ([https://library.hungaricana.hu/hu/view/milev\\_1944\\_adattar\\_Zsido\\_Adattar/?pg=124&layout=1](https://library.hungaricana.hu/hu/view/milev_1944_adattar_Zsido_Adattar/?pg=124&layout=1)) a Kamatmentes kölcsönző Egyletüket és az első zsinagóga is ebben az évben épült meg. Az 1800 -as évek elejére nem csak a vallási, hanem a település gazdasági életében is fontos szerepet játszottak (UNGVÁRY 2016).

Bodrogkeresztúr zsidó lakossága a hászid irányzathoz tartozott. A vallás gyakorlásában és a polgári életben is fontos volt a rabbi szerepe. Közülük is kiemelkedő Steiner Jesája, akit különös tisztelet övezett. Valójában szentéletű embernek tartották, aki alázatos, önzetlen és segítőkész volt az embertársaival. Életvitelével példát mutatott arra, hogy kapcsolatba lépjen az Örökkévalóval (ÚJVÁRI 1929). A jótékonyágáról elhíresült rabbit már életében nem csak zsidók, hanem keresztények, belföldről és határon túlról is felkeresték, hogy tanácsaival segítse bajbajutott embertársait. Midezen tulajdonságai alapján „csodarabbi” néven kezdték emlegetni. A „csoda” inkább rabbi felé irányuló tiszteletnek tulajdonítható. A túláradó szeretet és a rajongás a zsidó vallású lakosságon kívül és a többi valláskövető lakos részéről is megfigyelhető volt. Dobos Ilona 1970-ben összegyűjtött anyagában mutatja be a csodarabbik alakját és szerepét a népmondákban (DOBOS 1970).

A keresztény lakosság emlékezetében azt mondták: *„Úgy járt, mintha lebegett volna.”* – *„Olyan selyemféle fekete ruhában járt, csak úgy suhogott, ahogy lépkedett.”* – *„Mindig kísérték két oldalról. Ha ment, utat adtak neki”* (ZELENÁK 1990).

Temetésének napján a következőket jegyezték fel: *„Mikor meghalt, annyian voltak, elgyűttek még külföldről is. Még a veteményt sem lehetett látni annyian voltak. Voltak keresztények is. Mindenki akarta egy kicsit vinni... Kivitték fehér lovon. Ha harangoztak, akkor addig letették. Amikor elhagyták a harangozást, akkor szaladtak vele... De még a házak tetején is voltak, annyian voltak a temetésén”* (KUBUS – PETŐ 1995).

Gazdasági és üzleti ügyekkel is sok keresztény kereste fel a rabbit és az emlékezések szerint mindig eredménnyel. A rabbi bizonyára sok esetben valóban segített tanácsaikkal a hozzá fordulóknak. Gyakran emlegették a csodarabbi látnoki képességét, legendák szóltak jóslatairól:

*„A világ minden területéről jöttek hozzá, ő jósolt, és az mind bevált. Beteljesedett mind, amit a szent pap mondott. Nagyon egyszerű ember volt, kimondottan ember”* – mondták a bodrogkeresztúri rabbiról (<http://www.szombat.org/archivum/a-csodarabbi-alakja-a-nephagyományban>).

A hitközség aktívan működött a településen, mi sem bizonyítja ezt jobban, minthogy négy zsinagóga és több imaház épült Bodrogkeresztúron.

Napjainkban már csak egy zsinagóga (Kossuth u. 57. sz.), valamint a rabbi ház (Kossuth út. 65 sz.) és a zsidó temető őrzi a XIX-XX. századi zsidó lakosság emlékét a községben (ORBÁN 2004).

## **A felújított zsidó épített örökség turisztikai célú fejlesztései**

A második világháború idején a település zsidó lakosságának egy része elmenekült, akik azonban nem tudtak emigrálni őket a sátoraljaújhelyi gettóba szállították, majd onnan a

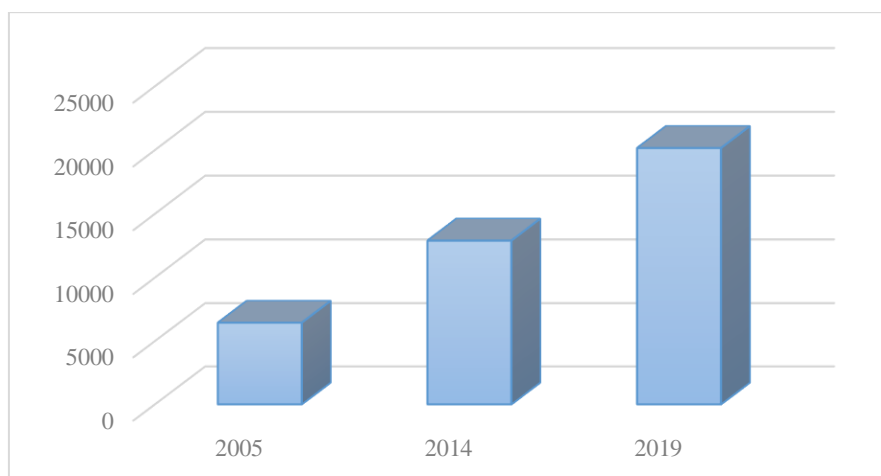
lengyelországi koncentrációs táborokba (CSORBA 2017). A zsidóság tulajdonát képező imaház, zsinagógák, mikve (rituális fürdő), családi házak üresen maradtak, állapotuk romlott, vagy teljesen megsemmisült. Az 1980-as évek során az emigrált zsidó lakosság és leszármazottaik kezdtek Bodrogkeresztúrba látogatni. Évente mintegy kétezer zsidó turista érkezett a csodarabbi sírhoz, valamint az egykor a községben élő zsidók felmenői a hátrahagyott emlékeiket keresték a látogatás alkalmával (GLESZER 2006).

A zsidó emlékek felújítása 2010-től kezdődött a településen. A zsinagógát felújították, a zsidó temetőkhöz vezető utat kiépítették és a temetőt rendezték, hogy a sírok felkereshetők legyenek. Megkezdődött a sírok digitalizált feldolgozása is. A könnyebb és gyorsabb tájékozódás érdekében a sírokon található adatokat egy adatbázisban rögzítették, hogy a családi felmenők sírjait az érkező leszármazottak könnyebben megtalálják.

A turisztikai szakemberek a hazai zsidó szervezetek segítségével meghirdették a „Csodarabbik útja” elnevezésű tematikus vallási turisztikai útvonalat. Ennek az útnak a részét képezik Bodrogkeresztúr település felújított zsidó épített örökségei is. A felújított zsinagóga épülete jelenleg üresen áll. Helyreállították a csodarabbi házát és sírját. A háza ma zarándokházként funkcionál. A zsidó temetőhöz vezető utat megjavították, ugyanis a település határában helyezkedik el a szőlődűlők között. Nem csak az odavezető út kiépítését foglalták magukba a fejlesztések, hanem a temető a rendezését is, az óhel (sír köré emelt épület) felújítását. A csodarabbi sírját nem csak felújították, hanem olyan modern elektronikus rendszerrel látták el, ami biztosítja a bankkártyás adománygyűjtést. A tematikus vallási út mely 10 települést kapcsol össze egy vallási zarándokútra csak részben volt sikeres.

Felkeltette viszont 2014-ben Rubin Sajele a rabbi unokájának a figyelmét, aki meglátva a lehetőséget a csodarabbi mítosz felújításában komoly szervező munkába kezdett. Az Amerikai Egyesült Államokban élő leszármazott megkezdte a hászid vendégek beutaztatásának megszervezését Bodrogkeresztúrra. Egy Izraelben élő zsidó személy, Fridlander csatlakozott a szervezői munkához és mára ketten végzik a vendégek utazásának és ellátásuk logisztikájának a szervezését. Ennek köszönhető, hogy 2019-re a nemzetközi turistaérkezések száma évente meghaladta a húszezer főt a településen. A zsidó turisták zömében a csodarabbi születésének és halálának évfordulójára érkeznek, de egyre gyakoribb, hogy, a sabbatokat (szombat) is a településen ünneplik (DROTÁR 2021).

1. ábra: Bodrogkeresztúrra érkező zsidó vendégek számának változása 2005-2019 között



*Forrás: Primer kutatás adatai alapján*

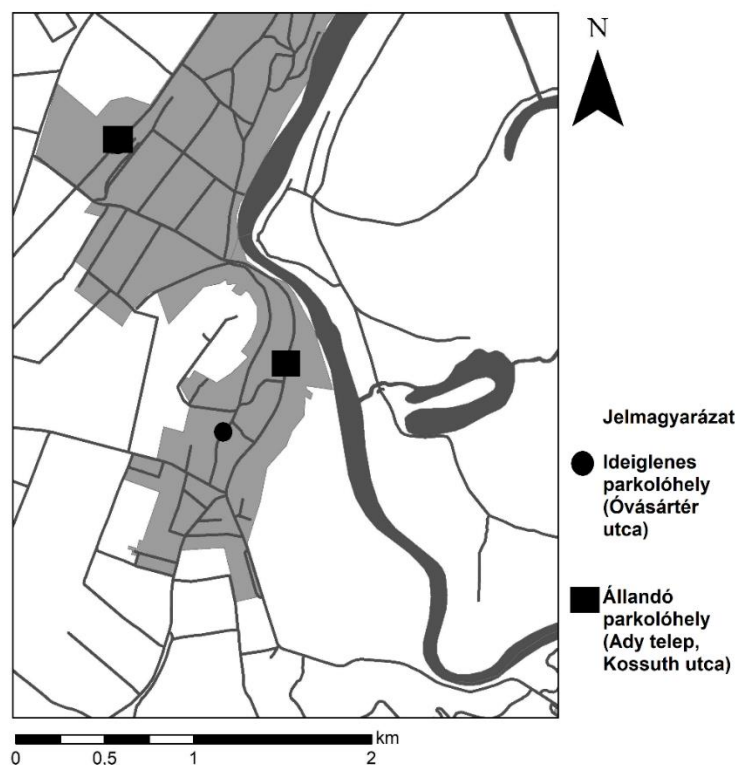
## A zsidó vallási turizmus szülte társadalmi feszültség a településen

A zsidó turisták a világ minden részéről érkeznek, ahol hászid zsidók élnek. A szervezők kialakítottak Budapesten egy koordinációs központot. Ebből a központból szervezik és irányítják a Budapestre érkező vallási turisták utaztatását Bodrogkeresztúrra és a turisták elszállásolását. A kóser ételeket alapanyag hiányában Lengyelországból és Angliából szerzik be és szállítják településen lévő melegítő konyhába. A turisták szállítása bérautókkal, taxikkal, autóbusszokkal történik és jorcájtok (halálózási évfordulók) alkalmával parkolóhelyek hiányában a községben közlekedési dugók alakulnak ki. Legfőbb oka a forgalmi akadálnak, hogy a vendégek minél közelebb szeretnének parkolni a csodarabbi házához és a sírjához és a bérelt autókat akár az út közepén is leparkolják akadályozva ezzel a település átmenő forgalmát és a helyi lakosság településen belüli mozgását (DROTÁR – HANUSZ 2018).

A felújított rabbiház és a rabbi sírja is a település központjában helyezkedik el. Napjainkra ez a feszültséget jelentő probléma mérséklődött, ugyanis a település vezetése ideiglenes és állandó parkolóhelyeket alakított ki a szervezők segítségével.

Az ideiglenes parkolóhelyek az Óvásártér utcán és a szervezők által megvásárolt telkeken kerültek kialakításra. Állandó bérelt parkolóhellyel rendelkezik az amerikai szervező az Ady telepen.

### 1. térkép: Állandó és ideiglenes parkolóhelyek Bodrogkeresztúr településen

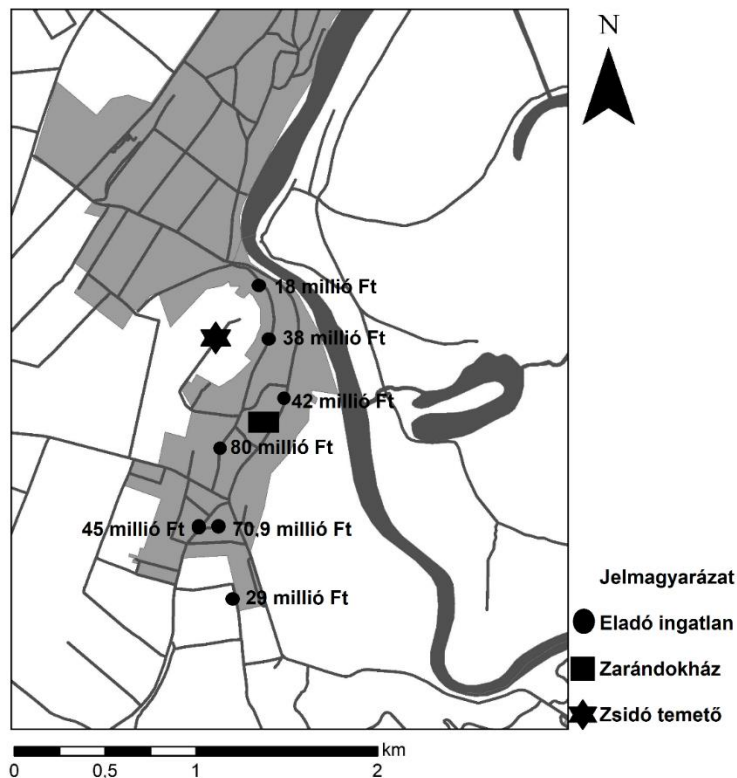


*Forrás: Primer kutatás adatai alapján, szerkesztette: PECSMÁNY 2022*

Településen belüli feszültséget a közlekedési problémán túl a szálláshelyek elégtelensége idéz elő. 2021-es adatok alapján Bodrogkeresztúr falusi szállásadói 232 férőhelyet tudnak biztosítani a turisták részére ([http://www.falusiturizmus.eu/szolgáltatok?type=szallas&areaIds\[\]=198&regionNames\[\]=Bodrogkereszt%C3%BAr](http://www.falusiturizmus.eu/szolgáltatok?type=szallas&areaIds[]=198&regionNames[]=Bodrogkereszt%C3%BAr)). A jorcájtok (Csodarabbi halálévfordulója) idején ez a férőhely mennyiség nem elegendő a vendégek elszállásolására. A szervezők ezt a problémát úgy oldották meg, hogy ingatlanfelvásárlásba kezdtek a községben. 2018-ig 60 családi ház

felvásárlására került sor. Ez a szám 2022-ig már 87 ház volt. A megvásárolt a családi házakat a szervezők szálláshelyként működtetik. Ezeknek az ingatlanok 86%-a a Kossuth utcán helyezkedik el, mivel fő szempont volt a felvásárlásnál, hogy az ingatlanok minél közelebb legyenek a csodarabbi házához. A házak értéke a távolság növekedésével csökken. A 2022 évi adatok alapján átlagosan 30 és 80 millió forint között ingadozik minőségtől függően a házak ára. Csak összehasonlításképpen a szomszédos falvakban a hasonló minőségű ingatlant 10-20 millió forint közötti áron lehet megvásárolni. A társadalmi feszültség abból adódik, hogy ilyen ingatlan árakat a magyar fiatalok nem tudnak megfizetni és ez a település lakosságának folyamatos előregedését és fogyását eredményezi. Továbbá probléma, hogy az új tulajdonosok az önkormányzat részére nem fizetnek idegenforgalmi adót, hiszen nem ellenőrizhető, hogy kit altatnak a saját ingatlanjukban.

2. térkép: Bodrogkeresztúr eladó ingatlanjai (2022. február)



*Forrás: ingatlan.com, jofogas.hu adatai alapján, szerkesztette: PECSMÁNY 2022*

A helyszíni felmérés időszakában 2022 februárjában, Bodrogkeresztúrtban hét ingatlan volt eladó, melyeknek az értékei 18 és 80 millió forint között változtak. A folyamatos keresletnövekedés azt eredményezte, hogy még 2019-ben 55 millió forintért került eladásra a legdrágább ingatlan a Kossuth utcán, addig ma már a távolabbi Felső utcán 80 millió forintért egy ugyanolyan minőségű, már a még távolabbi Óvásártér utcán is 70 millió forint. A csodarabbi leszármazottjával készített mélyinterjúkból kiderült, hogy a zarándokház melletti kétszintes családi házat 180 millió forintért vásárolta meg. Egykor azon a telken állt egy zsinagóga és a tervek között szerepel a zsinagóga alapjainak a feltárása és újjáépítése. A szervezőkön kívül az egykor a településen élő lakosok leszármazottjai is élnek a vásárlási lehetőséggel és céljuk, hogy a dédszüleik, nagyszüleik családi házat akár lakottan is megvásárolják.

A folyamatosan növekvő szállásigényeket, sem a község, sem Tokaj-Hegyalja nem tudja kielégíteni. A Sabbatok ünneplésére érkező 100-200 fős turistaérkezés nem jelent problémát



sem szállás, sem közlekedés tekintetében a településen. A halálévforduló alkalmával viszont a vendégeknek csak 27%-a tölt egy napot a településen. A többség pontosabban a 63%-k 2-3 napot míg 10% -k 4 vagy több napot tölt el a szálláson vagy a térségben. A neves napokon a húszezer fős tömeg a túrturizmus jelenségét valósítja meg az 1075 lakosú településen (<http://nepesseg.com/borsod-abauj-zemplen/bodrogkeresztur>).

A turistákat kóser termékekkel csak borból tudja ellátni Tokaj-Hegyalja. Kóser bort készítenek a mezőzombori és abaújszántói borászatok. Bodrogkeresztúron a zarándokház mellett működő kóser konyha a már említett külföldről beszerzett alapanyagokból, zsidó szakácsok felügyelete mellett a készíti a kóser ételeket.

### **A község 2021-2022-es turisztikai fejlesztései**

A kutatási eredmények azt bizonyítják, hogy a hazai forrásból megvalósuló turisztikai fejlesztések nem befolyásolják számottevően a zsidó vallási turizmus vonzerejét, vagy infrastruktúráját. 2021-ben Bodrogkeresztúr 1,5 Mrd. forintos vissza nem térítendő támogatásban részesült melynek célja a község turisztikai attraktivitásának fejlesztése. A várhatóan 2022 tavaszán befejeződő projekt fejlesztései a következők:

- Közterület fejlesztés kapcsán, a parkolóhelyek számának bővítése
- Busztároló és kiszolgáló épület létesítése, elektromos buszok üzemeltetése, elektromos autótöltő kiépítése

E két fejlesztés javítja a település közlekedési gondjait és közvetetten hatással lesz a vallási turizmus infrastrukturális javulására is.

- Pincesori gyalogos sétány fejlesztése és kilátópont építése
- Hétvezér szoborpark – családbarát pihenőpark fejlesztése
- Református és római katolikus templom megújítása
- A főtéren fesztivál-helyszín kialakítása (<https://www.tbft.hu/bodrogkeresztur-turisztikai-attractivitasanak-fejlesztese/>)

A megvalósuló tervek között nem szerepel olyan beruházás, fejlesztés, amely a település turisztikai vonzerőinek körét bővítené. Egy-egy sétány kiépítése, főtér fejlesztése, vagy a templomok állapotának megújítása a látóvalók számát növeli, de a nemzetközi turistaérkezések számának emelkedését nem szolgálja. A zsidó vendégek 83%-a az erősen vallásos ortodox kategóriába sorolható, akik a tartózkodási idejük alatt csak a zarándokházban és a zsidó temetőben töltik el az idejüket. A hazai pénzből finanszírozott fejlesztések között nem szerepel szálláshelyfejlesztés és a vallási turizmusban résztvevők ellátását célzó beruházás.

A megvalósuló fejlesztések hozzájárulnak a község lakosságának közérzetjavításához és a település alakításához, de közvetlenül nem szolgálják a turizmust.

A kutatás során készített személyes mélyinterjúk valamint a településen történt terepbejárás során megbizonyosodtunk arról, hogy a zsidó szervezők alapítványi finanszírozásból három projekten dolgoznak a terepbejárások során szerzett tapasztalatok alapján kijelenthető, hogy a községben:

- A zarándokház mellett az egykori zsinagóga épületének helyén építenek fel egy új zsinagógát.
- A kóser konyhát bővítik és ötven fős kóser éttermet alakítanak ki a zarándokház szomszédságában.

- Az ingatlan vásárlások továbbra is folytatódnak és szálláshelyként történő üzemeltetésük mellett egy szálloda építését célozták meg. Ennek a kivitelezése még nem kezdődött el, de a tervek már készen vannak (BABOLCSI SZEMÉLYES INTERJÚ 2022).

Mindezek azt bizonyítják, hogy a külföldi szervezők nagyobb lehetőséget látnak a nemzetközileg is jegyzett zsidó vallási turizmus hazai fellegvárának kikiáltott Tokaj-Hegyalja fejlesztésében, mint a hazai turisztikai szakemberek. A zsidó vendégek sabbatok alkalmával a zárandokházban imádkoznak, ahol ötven fő tud egyszerre bent tartózkodni.

A halálévfordulók alkalmával a nagy tömeg számára ideiglenes sátrakat állítanak fel, melyeket vallási célra, szállásként és vendéglátóhelyként hasznosítanak. A fejlesztésekkel jelentősen javul az érkező turisták komfortérzete, hiszen nagyobb tér áll majd rendelkezésükre, ahol egy időben többen is imádkozhatnak. Az étkeztetésük szervezettebb lesz és magasabb minőségbe lép. A kialakítandó konyhában minőségi kóser ételek készülnek majd és a kiegészítő termeléssel a település lakói is friss termékekhez juthatnak.

### **Összegzés**

A kutatási eredményeket összegezve kijelenthető, hogy a hazai fejlesztések a belföldi turizmust segítik, de Bodrogkeresztúr a nemzetközi zsidó vallási turizmusnak köszönhetően kialakult feszültség megoldására nem sikerült elfogadható megoldást találnunk. A szervezők fejlesztései javíthatják a helyi lakosság életminőségét, hiszen munkalehetőséget teremtenek a településen, de nem oldják meg a demográfiai problémákat. A kóser alapanyagok termelése a boron kívül nem megoldott a térségben. A korábbi kezdeményezések a szomszédos desztinációkban nem jártak sikerrel és a szakaszosan érkező magas turistaszámhoz nem sikerült termelői kapacitást igazítani.

Javaslatunk mégis az, hogy a kóser alapanyagok a térségben is megtermelhetők és a folyamatos termelés érdekében piaci pozíciókat budapesti és külföldi csatornákon lehetne építeni, bővíteni.

A vallási turizmus számszerű növelésre nem sok esély van, hiszen csak a haszidok vallásossága generálja a mai turistaérkezéseket. Az viszont életszerű, hogy köztük a „mítosz” tovább él és újra és újra újabb turisták keresik fel Bodrogkeresztúrt. Mára büszkén mondhatjuk, hogy ez a kis hegyaljai település felkerült a világ zsidó vallási térképére és jelentős turistaérkezésekkel járul hozzá hazánk nemzetközi turizmusához.

### **Irodalomjegyzék**

CSORBA, CS. (2017): *Sátoraljaiújhely zsidóságának története*. Debrecen. pp. 7-53

DOBOS, I. (1970): *Csodarabbi a magyar népmondákban*. A Magyar Izraeliták Országos Képviselőlete Évkönyve. Budapest. 218 p.

DROTÁR, N. – HANUSZ, Á. (2018): Csodarabbi mítosz, mint új turisztikai vonzerő Tokaj-Hegyalján. In: HORVÁTH, G. (szerk.): *A magyar földrajz szerencsi műhelye*, Tanulmánykötet, Szerencs. pp. 183-195.

DROTÁR, N. (2021).: *Új lehetőségek Tokaj-Hegyalja turizmusában a turisztikai fejlesztéseknek köszönhetően*. Egyetemi doktori (PhD) értekezés. Debreceni Egyetem, Természettudományi és Informatikai Doktori Tanács. Debrecen, 2021. pp. 1-147.

GLESZER, N. (2006): Zsidó búcsúk ma. A magyarországi csodarabbikhoz folytatott zárandoklatok átstrukturálódása az ezredfordulón. In: *Magyar egyháztörténeti vázlatok regnum*. 2006(3-4): pp. 69-95.

KUBUS, J. – PETŐ, M. (1995): *Bodrog-parti hírek*. A Bodrogkeresztúri Önkormányzat Képviselőtestületi lapja, Megjelent Reb Sájele rabbi halálának 70. évfordulója alkalmából. 3 p.

ORBÁN, F. (2004): *Magyar zsidó zarándokkönyv*. Szifré Jehádut Kft. pp. 70-94

UNGVÁRY, K. (2016): A zsidóság szerepe Tokaj-Hegyalja borászatában. In: *Zempléni Múza* 16(2): pp. 40-43.

ÚJVÁRI, P. (1929): *Magyar zsidó lexikon*. Budapest, Pallas Nyomda. pp. 183-184.

ZELENÁK, I. (1990): Adatok a tokaji zsidók történetéhez. In: BENCSIK J. – SZAKÁL JENŐNÉ (szerk.): *Tokaj és Hegyalja II.* pp. 89-94.

### **Egyéb források**

Személyes interjú Babolcsi Pállal a csodarabbi sírjának gondnokával 2022.02.24

Személyes interjú a csodarabbi leszármazottjával Rubin Sájelével 2022.01.15.

<https://www.tbft.hu/bodrogkeresztur-turisztikai-attractivitasanak-fejlesztese/> (Letöltve: 2022.02.10.)

[https://library.hungaricana.hu/hu/view/milev\\_1944\\_adattar\\_Zsido\\_Adattar/?pg=124&layout=1](https://library.hungaricana.hu/hu/view/milev_1944_adattar_Zsido_Adattar/?pg=124&layout=1) (Letöltve: 2022.02.13.)

<http://www.szombat.org/archivum/a-csodarabbi-alakja-a-nephagyományban> (Letöltve: 2022.02.24.)

[http://www.falusiturizmus.eu/szolgaltatok?type=szallas&areaIds\[\]=198&regionNames\[\]=Bodrogkereszt%C3%BAr](http://www.falusiturizmus.eu/szolgaltatok?type=szallas&areaIds[]=198&regionNames[]=Bodrogkereszt%C3%BAr) (Letöltve: 2022.02.27.)

<http://nepesseg.com/borsod-abauj-zemplen/bodrogkeresztur> (Letöltve: 2022.02.27)

# **A FELZÁRKÓZÁS ESZKÖZEI A TURIZMUSFEJLESZTÉSEN KERESZTÜL AZ ÉSZAK-ALFÖLDI HATÁRRÉGIÓ KISVÁROSAIBAN**

*Horváth Anna*

*Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Regionális Politika és Gazdaságtan  
Doktori Iskola; horvath.anna@ktk.pte.hu*

## **Absztrakt**

A jelenlegi gazdasági-társadalmi környezetben a fejlődés motorjai lehetnek a magyarországi vidék kisvárosai, kiemelkedő helyi szerepük nyomán. A kutatás fő kérdése, hogy az Észak-Alföld határmenti területein fekvő kisvárosok (Fehérgyarmat, Kisvárd, Vásárosnamény és Záhony) milyen szerepet játszanak a vidékfejlesztésben, azon belül a turizmusfejlesztés folyamatában. A vizsgálat során először a városok Integrált Településfejlesztési Tervét elemzem, ismertetem a jellemző demográfiai trendeket, majd a vizsgált térség jelenlegi turisztikai jellemzőit veszem számba. Ennek függvényében elemzem a négy vizsgált kisváros 2004 és 2022 közötti pályázati aktivitását, kiemelve a turizmusfejlesztéshez köthető pályázati lehetőségeket. A tanulmány eredményeként ismertetem azokat a hangsúlyos elemeket, amelyek jövőbeli érvényesülése fókuszáltabb megoldást nyújthat a térség negatív folyamataira.

*Kulcsszavak: EU, fejlesztéspolitika, turizmus, Észak-Alföld, határmentiség*

## **TOOLS OF TOURISM DEVELOPMENT IN SMALL TOWNS OF THE BORDER REGION OF THE NORTHERN GREAT PLAIN**

### **Abstract**

In the current socio-economic environment, small towns in the Hungarian countryside can be the engines of development, due to their prominent local role. The main question of the research is the role of small towns in the border areas of the Northern Great Plain (Fehérgyarmat, Kisvárd, Vásárosnamény and Záhony) in rural development, including tourism development. In the course of the study, I will first analyse the Integrated Settlement Development Plan of the towns describe the typical demographic trends and then take stock of the current tourism characteristics of the area under study. In this context, I will analyse the tendering activity of the four small towns between 2004 and 2022, highlighting the opportunities for tourism development. As a result of the study, I will outline the key elements whose future implementation could provide a more focused solution to the negative trends in the region.

*Keywords: EU, development policy tourism, Northern Great Plain, border region*

## **Bevezetés**

A globalizáció korában egyre több olyan hatás éri – előregedés, urbanizáció, gazdasági modellváltás – a fejletlen, jellemzően vidéki térségeket, amelyekre abban az esetben tudnak sikeresen reagálni, ha a helyi adottságokat figyelembe vevő intézkedések jönnek létre. Ehhez illeszkedik az Európai Unió vidékfejlesztéshez kötődő intézkedései is: hogyan épülhetnek ki erős vidéki közösségek, milyen formában erősíthető a térségek összekapcsoltsága, hogyan erősíthető a vidék ellenállóképessége a külső negatív folyamatokkal szemben, illetve milyen gazdasági tevékenységek járulnak hozzá leginkább a vidék értékteremtő működéséhez? Annak érdekében, hogy az EU vidéki régiói képesek legyenek fennmaradásra és megújulásra, ezen területek feltárása mentén szükséges a rendelkezésre álló források felhasználása. Jelen tanulmány célja annak vizsgálata, hogy az Észak-Alföld határmenti térsége milyen potenciálokkal rendelkezik és ezek kiaknázására milyen eszközök állnak rendelkezésre, illetve azokat milyen hatékonysággal hasznosítja.

### **A kutatás kérdései és az alkalmazott módszerek**

Az elmúlt években a hátrányos helyzetű területeken egyre nagyobb számban jelennek meg olyan települések, amelyek képesek a megváltozott gazdasági körülmények között is sikeresek, versenyképesek lenni. A jelenlegi gazdasági-társadalmi körülmények között ennek a fejlődésnek a kiindulópontjai lehetnek a magyarországi vidék kisvárosai, amelyek képesek kiemelkedni környezetükből intézményi, infrastrukturális, de akár kulturális értelemben is, ezáltal képesek mikroközpontokat létrehozni vonzáskörzetükben. Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy az Észak-Alföld határmenti területein fekvő kisvárosok, nevezetesen Fehérgyarmat, Kisvárda, Vásárosnamény és Záhony esetében milyen szerepet játszanak a turizmusfejlesztésben saját és vonzáskörzetük fejlesztésében.

Ennek feltárása érdekében először elemzem a városok jelenlegi szerepét a 2015-ben létrehozott Integrált Településfejlesztési Tervek alapján, kiegészítve 2015-2020 közötti, demográfiai adatokkal. Azt vizsgálom meg, hogy milyen társadalmi-gazdasági jellegzetességek figyelhetők meg, milyen természeti és épített környezettel rendelkezik, illetve milyen kulturális szerepe van az egyes járásközpontoknak. Ezt követően turisztikai szempontból elemezem a városok helyzetét, rávilágítva az eddigi tevékenységükre és a jövőbeli lehetőségeikre. Végül a pályázati aktivitást vizsgálom meg közelebbről és ezekből vonok le következtetést a városok turisztikai szerepét illetően.

### **A sikeres vidékfejlesztés társadalmi és gazdasági háttere**

Az 1980-as évektől, az ipari termelésben bekövetkező paradigmaváltás jelentős változásokat eszközölt ki a regionális gazdaságfejlesztésben és vidékfejlesztésben: ennek nyomán bekövetkezett a szubszidiaritás és a partnerség elvének felértékelődése, melynek alapfeltétele az alulról felfelé szerveződő, a helyi igényekre és lehetőségekre épülő helyi gazdaságfejlesztés. A helyi gazdaságfejlesztés célja a helyi versenyképesség fokozása, hiszen ennek kiemelt fontossága van a globalizált világban, ahol valamennyi térség saját erőforrásaira támaszkodva, önállóan versenyez a gazdasági térben. A globalizáció jelentősen megváltoztatta a helyi tényezők szerepét a gazdaságban annak következtében, hogy bővült a mindenhol fellelhető erőforrások köre, értékesebbé váltak a sajátos tudáson alapuló helyi adottságok. A hely ebben az esetben a fizikai meghatározottság mellett jelenti a helyben meglévő kapcsolatokat, folyamatokat, amely egy olyan társadalmi és gazdasági teret alkot, amelyben közös gazdasági érdek és kulturális-közösségi identitás van jelen (PÓLA 2014).

## **Az endogén fejlődés és a turizmusfejlesztés kapcsolata**

### ***Endogén fejlődés a térségfejlesztésben***

Az endogén fejlődés fogalmának tisztázása során két kiemelendő fogalmkörrel kell először tisztáznunk: a területi tőke mibenlétét és a fejlődést. A helyi versenyképesség alapját a *területi tőke* kihasználásának képessége jelenti (SZABÓ et al. 2017). A területi tőke alkotóelemei közé tartozik a földrajzi fekvés és az abból származó jellegzetességek, a gazdasági élet jellemzői, valamint egyéb tényezők – ilyen például a környékre jellemző függőségek, megállapodások, szabályok. Ezek mellett van egy kevésbé kézzelfogható tényező, a környezet: intézmények, szabályok, gyakorlatok, termelők, kutatók, politikusok – a kreativitás és az innováció létrehozói (OECD 2001). A *fejlődés* egy szándékolt emberi tevékenység annak irányába, hogy több dimenzió mentén, több szereplő bevonásával történő növekedés, amelyet csak abban az esetben tarthatunk pozitívnak, amennyiben értékes, hasznos javak vagy szolgáltatások termelésével jött létre (FARKAS 2002).

Az *endogén fejlődés* a következő helyi erőforrásokra épülhet:

- földrajzi elhelyezkedés;
- természeti erőforrás;
- humán erőforrás;
- társadalmi erőforrás;
- intézményi erőforrás;
- speciális termékhez kapcsolódó erőforrás (PÓLA 2014).

Az endogén hatások összekapcsolódhatnak, kiegészülhetnek exogén hatásokkal, amelyek nyomán új regionális helyzetek teremthetnek, ennek hatásai pedig elősegíthetik az innovációt (FARAGÓ 1994).

Az endogén fejlődés egy térség koncentrált szerveződése, amelyben szerepet játszanak a helyi szereplők kapcsolatképzési képességei, a helyi döntéshozók, a tudástermelés, a helyi termelési tényezők és a vállalkozói képességek. A belső mellett megjelennek külső tényezők is: a külső információk megfelelő adaptálása, a technológiai, kulturális és társadalmi környezethez történő folyamatos alkalmazkodás. Az endogén források közül a legfontosabb a tőkepotenciál, a rendelkezésre álló munkaerő képzettsége, az infrastruktúra, a földrajzi helyzet, a környezeti állapot, a piaci kapcsolatok, társadalmi-gazdasági adottságok és az intézményi rendszer (CAPELLO 2011).

Az endogén erőforrások kiaknázásának jó példája a turizmusfejlesztés, amely előtérbe helyez egy helyi értéket, nevezetesen a települést magát, annak épületeit, történelmét, természeti értékeit. A turizmusfejlesztés olyan komplex hatásrendszerű fejlesztési eszköz, amely hatásai mind a társadalomban, a kulturális életben és a nemzetpolitikában fellelhetők: a turizmusfejlesztés tehát eszköz, nem pedig cél ebben az olvasatban (DEÁK 2016).

### ***A turizmus térségi hatásai***

A turizmus gazdasági hatásait vizsgálva megállapítható, hogy napjainkra a turizmus lett az egyik legfontosabb gazdasági ágazat, mind társadalmi-gazdasági, mind a nemzetközi kereskedelmi szempontból. A turizmus a gazdaságon belül rendelkezik *jövedelemteremtő, vállalkozásfejlődésre és foglalkoztatásra gyakorolt hatással* (MUNDRUCZÓ – GRAHAM 1996). Emellett jelentős hatással bír a gazdasági szerkezet alakulására oly módon, hogy új piacokat és pótlólagos keresletet generál más gazdasági ágazatok számára, leginkább a helyi,

mezőgazdasági és kézműves termékek számára. A fogadóterület imázsa is változik a turizmus megerősödése által, jellemzően pozitív irányba – ennek megvalósulása azonban tudatos pozicionáláshoz és brand építéshez kötött, amely feltételezi a tudatos településmarketing tevékenységet.

Gazdasági mellett társadalmi hatások is felismerhetők a turizmushoz kötődően. Történeti minták igazolják, hogy a turizmus megnövelheti egy térség munkaerőigényét, az új munkahelyek lehetőséget teremthetnek a fiatal értelmiségi réteg helyben tartására, így a turizmusnak a népesség egészére is van hatása (KAPOSI 2021, GONDA-KAPOSI 2019). Emellett a közösséget is befolyásolja: a turizmus működtetésébe bekapcsolódnak a helyi közösségek és iskolák, aktivizáló hatással van a helyi közösségekre. Emellett a saját kultúra ismerete és a helyi identitás is megerősödik hatására.

A társadalmi-gazdasági hatások mellett fontos megemlíteni a környezeti hatásokat is. A turizmus hozzájárul az erőforrások hatékonyabb felhasználásához és a természeti, kulturális örökségek gazdasági fenntarthatóságához, valamint revitalizálják azokat. Emellett hatással lehet a környezettudatos attitűdre, hiszen az idegenforgalmi látóvalókat jellemzően nagyobb odafigyelés övezi – tudatosul a helyi közösségekben épített és természetes környezetük értékessége.

A területfejlesztési hatások közé sorolható a helyi gazdaságfejlesztés és a versenyképesség javítása. Egyrészt a turizmus helyi gazdaságfejlesztő hatása különösen fontos a periférikus térségek fejlesztése során. Ennek módja a versenyképesség növelése, amelynek fontos mozzanata az egyes területek komparatív előnyeinek kiaknázása.

A turizmus fejlesztése a külső perifériák esetében további fontos szerepet hordoz: kapocs lehet a határtérségek fejlesztésében, a határon átnyúló kapcsolatok elősegítésében. Ennek egyik fontos eleme, hogy a turizmus támogassa az identitáserősítés folyamatát, a kulturális interakciókat, az örökségek védelmét és a jóvedelem generálását (DEÁK 2016).

### ***A turizmus szerepe a vidékfejlesztésben***

A falusi turizmus Magyarországon az 1920-as évektől kezdett kialakulni. Ehhez kapcsolódóan az Országos Magyar Vendégfogadók Szövetsége (OMVESZ) a városi középosztály elérése érdekében jött létre: a cél az volt, hogy az érintett réteg az Adria tengerpartja helyett az ország falvaiban töltsön szabadidejét. A falusi turizmus során élelmiszerre és szállásra költött összegek a helyi parasztszaládok jóvedelmét növelte, alacsony életszínvonaluk javítását segítette elő a gazdasági világválság idején. A szervezet másik feladata az volt, hogy felkészítse a vidéki családot a vendégfogadásra. A kezdeményezés összességében sikeresnek bizonyult: vezetői között arisztokraták, az uralkodói elit, magas rangú tisztviselők voltak, akik a Szövetség oldalára tudták állítani a vidéki elitet – tanárokat, papokat, jegyzőket. A mozgalom a második világháborúig létezett.

Miután Magyarország területe a szovjet érdekszférához került, a korábbi magánjelleű kezdeményezések megszűntek. Az 1960-as évektől jelent meg a turizmus újra a magyar vidéken: a szálláskapacitás hiánya miatt az utazási irodák jellemzően magán házak bevonásával oldották meg szervezett utazásaikat, jellemzően a Balaton környékére – így alakultak ki kezdetben egyes falvakban vendéglátóhelyek.

A vidéki turizmus második fellendülése a nyolcvanas végén, a kilencvenes évek elején következett be. A vidéki középosztály többsége az 1990-es politikai változás után elvesztette munkahelyét. A vidéki turizmus spontán reakció volt néhány vidéki családban, hogy új megoldásokat keressenek a vidéki munkanélküliségi válságra. Ennek következtében a kilencvenes évek elején az innováció egyfajta formája volt a vidéki turizmussal foglalkozó vállalkozások megjelenése, mely meglévő erőforrásokra, a család meglévő házára, kertjére,

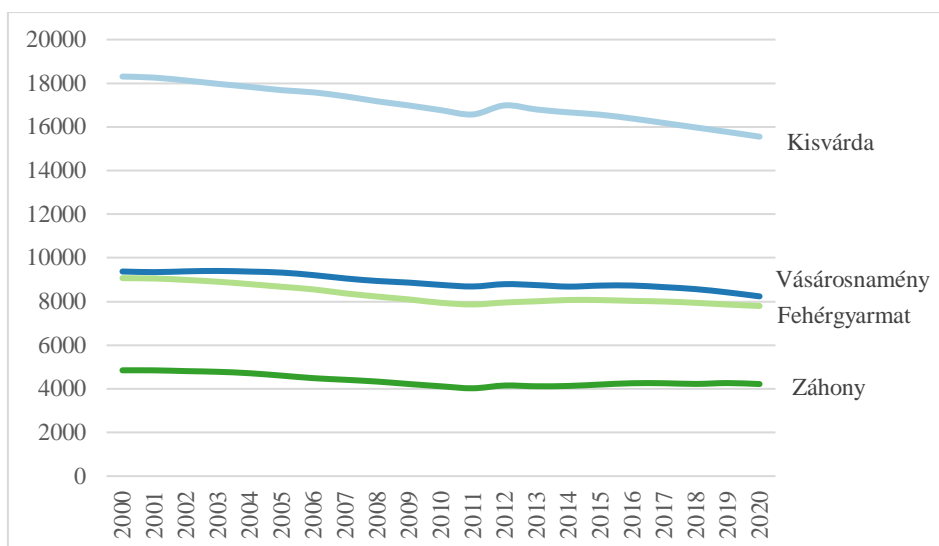
gyümölcsösére, állataira, kézműves tevékenységeire, háztartási ismereteire épült. A falusi turisztikai kínálat tehát a háztartások kényelmi szolgáltatásaiból, a vidéki lakosok tudás- és ismeretségi tőkéjéből táplálkozott. Ezek a tevékenységek többletjövedelmet generáltak, amely pótolta a piacgazdaság kialakulása következtében bekövetkező jövedelemkiesést. Az ekkor kialakuló falusi turizmus tehát alapvetően egy spontán, szervezetlen mozgalommá vált, mely alulról építkezett (KOVÁCS 2020).

Jól látható tehát, hogy a vidéki tér napjainkra nem csupán a mezőgazdasági tevékenység színtere. Számptalan olyan jó példával találkozhatunk mind az Európai Unió területén, mind Magyarországon, amelyek példaként szolgálhatnak a vidéki lakosság életszínvonalának növelésében. Ezen a ponton azonban fontos megjegyezni: a turizmus önmagában nem lehet a periférikus térségek fejlődésének forrása, annak összekötése más tevékenységgel azonban lehet a sikeres vidékfejlesztés forrása (MARTON et al. 2016).

### Az észak-alföldi határrégió kisvárosainak adottságai

Valamennyi vizsgált település esetében megfigyelhető enyhe csökkenés a lakónépességben 2000 és 2020 között: a népsűrűség ezzel összhangban visszafogottan, de valamennyi település esetében is csökkent (KSH 2000-2015).

1. ábra: A vizsgált települések lakónépességének alakulása, 2000-2020 (fő)



*Forrás: KSH 2000-2020*

A következő jellemzők 2015-2020 közötti vizsgálata történt meg a települések demográfiai jellemzőinek feltárása során:

- természetes fogyás, szaporodás;
- öregedési index;
- időskori függőségi ráta;
- fiatalokori függőségi ráta;
- nettó migrációs ráta.

Az öregedési index 65 év feletti korosztály arányát fejezi ki a 14 év alatti korosztályhoz képest. Valamennyi vizsgált településre jellemző az öregedési index növekedése: a legmeredekebb növekedés ebben az esetben is Záhonyra jellemző, itt az öregedési index 0,5, Kisvárdában és Vásárosnaményban 0,4, míg Fehérgyarmaton 0,2. Az időskori függőségi ráta azt hivatott



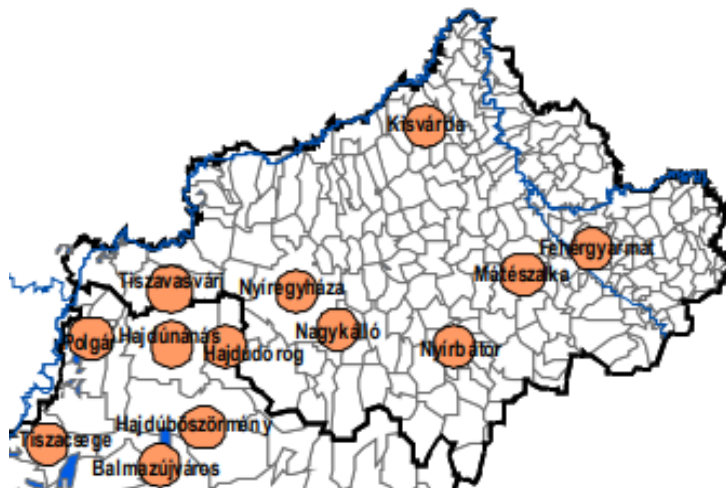
meghatározni, hogy a 65 év feletti korosztály aránya mekkora a 15-64 éves korosztályhoz viszonyítva: ez az arány némileg növekedett a vizsgált években, azonban az emelkedés mértéke nem meghatározó. Ugyanez a tendencia figyelhető meg a fiatalkori függőségi ráta esetében, amely a 14 év alatti korosztály arányát határozza meg a 15-64 év közötti lakossághoz képest.

A nettó migrációs ráta a bevándorlás és az elvándorlás különbségének arányát adja meg a teljes lakosságszámhoz képest. Ez a mutató a 2015-2020 közötti éveket tekintve szintén összességében negatív irányba változott, elsősorban Záhony esetében, ahol ennek értéke -16,21. Ezt követi Fehérgyarmat és Kisvárdá (-7) – azonban Vásárosnamény esetében némi javulás figyelhető meg (0,99) (TEIR 2015-2020).

A *humán közfeladatok* ellátását az önkormányzatok tudatosan szervezik és valósítják meg, a lakosság egésze számára biztosított a magas minőségű szolgáltatások elérhetősége. Az intézményekhez tartozó alpinfrastruktúra kiépült, egyes elemei azonban felújításra szorulnak. A *köznevelési intézményrendszer* jelentős átalakuláson ment keresztül, azonban a vizsgált városok alap- és középfokú oktatási intézményeibe járó fiatalok számára ez jelentősen nem hatott. Az *egészségügyi ellátás és a szociális szolgáltatások* rendszere jól szervezetett. A *kulturális és szabadidős intézmények*, létesítmények adottak.

Valamennyi vizsgált város *járasközpont, szerepük a térség gazdaságában meghatározó*. Negatívumként említhető ezzel szemben, hogy jellemzően kevesebb nagy gazdasági szereplő van jelen, jóval elterjedtebbek a KKV szektorba sorolható vállalkozások, amely a jövőben gátját jelentheti a fejlődésnek. A globálisan megfigyelhető trendhez igazodva a vizsgált városokban is jellemző a mezőgazdasági jelleg gyengülése és a szolgáltatások erősödése. A turizmus kevésbé jellemző: nem megfelelő a szolgáltatások mennyisége és minősége, valamint a turisztikai értékek tudatos kommunikációja is hiányos, így összességében a település turisztikai pozicionálása elhanyagolt.

2. ábra: Gyógyvízzel rendelkező települések az Észak-Alföldön, 2011



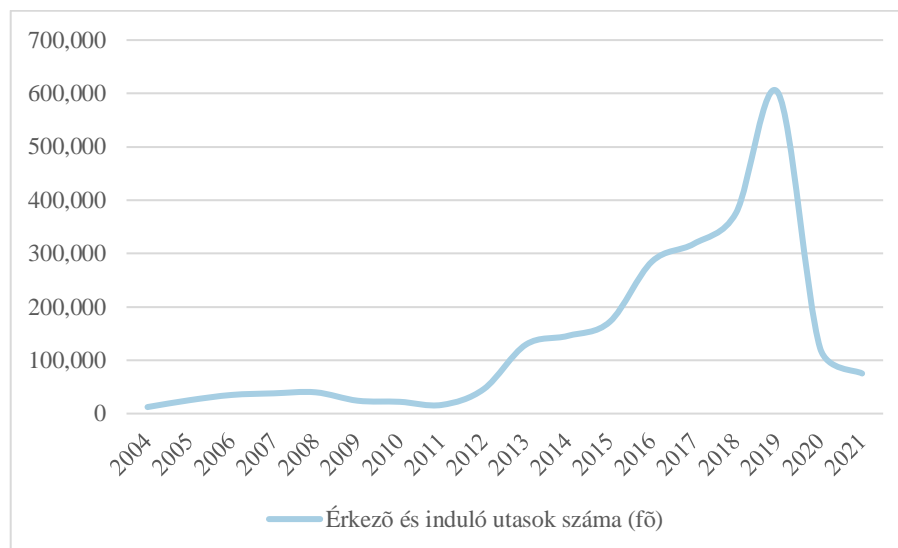
Forrás: KSH 2013

Fehérgyarmat, Kisvárdá és Vásárosnamény legfontosabb természeti értéke a gyógy- és termálvíz – ez idegenforgalmi szempontból a legvonzóbb adottsága a városoknak. A három településre jellemző síkvidéki fekvés, mely alapvetően mezőgazdasági művelésre alkalmas. A városok közelében található Natura2000-es területek, illetve Fehérgyarmat központja a Szatmár-Beregi Tájvédelmi Körzetnek és a Szatmár-Beregi Natúrparknak. A települések zöldfelületi ellátottsága megfelelő. Záhony kivételt jelent a felsorolt települések közül annak logisztikai jellege következtében: a jelentős kiterjedésű gazdasági területek és a vasút jelentősen korlátozza a zöldterületek kiterjedését.

A városok építészeti arculata részben urbanizált, illetve urbanizálódó, részben agrártáji jellegű. Egyszerre jelenik meg a gondozott belső környezet és a periférikus felépítés, a mezővárosi térszerkezet, védett műemlékek, a modern többszintes beépítés és az ipartelepítés épületei. Fehérgyarmat, Kisvárdra és Vásárosnamény területein fennmaradt a történelmi városszerkezet egy része, valamint emlékek a történelmi városszövegéből, míg Záhony arculatát elsödlegetesen a vasúti infrastruktúra, az iparosodott jelleg határozza meg.

A vizsgált települések közül közlekedés szempontjából valamennyi jól ellátott. A városok, perifériás elhelyezkedésük ellenére jó összeköttetéssel rendelkeznek a regionális és országos központtal, a jövőben megépülő gyorsforgalmi utak ezen tovább javíthatnak. A határ közelsége valamennyi város esetében meghatározó, a jövőben ez az adottság komoly fejlesztési potenciált jelenthet az ukrán-magyar, román-magyar határon. Ezek alapját képezheti a napjainkban is jelen lévő, kevésbé formális kapcsolatok. Negatívum, hogy a tranzitforgalom a városokon keresztül halad át: ennek oka, hogy a városok nem rendelkeznek elkerülőutakkal, ezért balesetveszélyes útszakaszok alakulhatnak ki, illetve a zajszennyezés is erősödhet. Emellett a városokon belül található kisebb utak sokszor karbantartás hiányában elhanyagolt állapotban vannak. A parkolóhelyek számában időleges hiány mutatkozik csúcsidőben, a városközpontokban. A helyközi és távolsági járatok elfogadható sűrűséggel és menetidővel közlekednek a központok felé, helyi közlekedés nincs. Fehérgyarmatról a helyi központok (Debrecen, Mátészalka, Nyíregyháza) vasúton is megközelíthetők, azonban annak szolgáltatói minősége alacsony. Kisvárdra esetében a vasúti közlekedés színvonala magas, Budapest, Debrecen és Nyíregyháza gyorsan elérhető, a járatok száma magas. Vásárosnamény esetében a vasúti közlekedés színvonala alacsony, azonban a fontosabb központok, Nyíregyháza, Mátészalka, Kisvárdra, elérhetők, valamint jelentős hatása volt az M3 autópálya Vásárosnaményig történő meghosszabbításának. Emellett közlekedés szempontjából meghatározó a kerékpáros közlekedés. Záhony kiemelt közlekedési útvonalon fekszik, jó közlekedési kapcsolatokkal rendelkezik vonzáskörzetével is, így gazdaságát a beáramló munkavállalók jelentősen befolyásolják.

3. ábra: Érkező és induló utasok száma, Debrecen Airport, 2004-2021 (fő)



*Forrás: KSH 2004-2021*

Fontos kiemelni továbbá, hogy a vizsgált városoktól 100-120 km-re található Debrecen repülöttere, amely a koronavírus kitöréséig folyamatosan növekvő utasforgalmat bonyolított le. További pozitívum, hogy mind a négy város közvetlen vasúti kapcsolattal rendelkezik Debrecennel, így a jövőben ennek az adottságnak a kihasználása is megtörténhet.

A vizsgált települések közüzemi infrastruktúrája az országos és megyei szint összehasonlításában megfelelő. A települések környezeti terhelése mérsékelt, az önkormányzatok törekednek arra, hogy intézményeikben hatékony energiateljesítményt valósítsanak meg.

A települések jellemzése a következő dokumentumok feldolgozásával készült: Hát ezeket a szöveg közben kellett volna meghivatkozni, hátul meg az irodalomjegyzékbe betenni. De itt ne maradjon.

- Fehérgyarmat Város Településfejlesztési Konceptiójának és Integrált Településfejlesztési Stratégiájának Megalapozó Vizsgálata (BELÜGYMINISZTERIUM 2015a)
- Kisvárdai Város Integrált Településfejlesztési Stratégiája (BELÜGYMINISZTERIUM 2015b)
- Vásárosnamény Város Településfejlesztési Konceptiójának és Integrált Településfejlesztési Stratégiájának Megalapozó Vizsgálata (BELÜGYMINISZTERIUM 2015c)
- Záhony Város Integrált Településfejlesztési Stratégiájának Megalapozó Vizsgálata (BELÜGYMINISZTERIUM 2015d)

### **A turizmus formái az észak-alföldi határ régió kisvárosaiban**

A vizsgált települések közül Kisvárdai és Vásárosnamény a Tokaji és Nyíregyházi turisztikai térség részét alkotják – ezen belül a Felső-Tisza térségéhez tartoznak. Fehérgyarmat és Záhony egyik turisztikai térséghez sem tartozik. A turisztikai térségek 2020 szeptemberében kerültek kijelölésre, kiegészítendő a 2016-ban lehatárolt 5 kiemelt turisztikai fejlesztési térséget. A turisztikai térség és a való turisztikai teljesítmény elemzése során kiderül, hogy bár a 2020-ban nevesített turisztikai térségek között szerepel a két járás, ahol a két település található, a térökonometria módszerével nem határolható le, mint turisztikailag fontos terület (VÉGI 2021).

A turizmus számos formája fellelhető a vizsgált térségben. Ezek közül kiemelkedik az egészségturizmus, amely esetében az utazó fő motivációja egészségügyi állapotának megőrzése, illetve javítása: két fő ága a gyógyturizmus és a wellness turizmus. A gyógyturizmus a lakóhelytől eltérő helyen található gyógyüdülőhelyen vagy gyógyászati létesítményben való tartózkodást jelenti. A gyógyturizmus jellemzően egy természetes gyógytényezőre épül. A wellness-turizmus célja a testi-lelki egészség megőrzése, amelyben jelentős szerepe van az aktív és passzív szolgáltatásoknak is. Az észak-alföldi régió idegenforgalmi potenciálját jelentősen meghatározza a turizmusnak ezen formája termál- és gyógyvizekben gazdag területei miatt (KSH 2013). Fehérgyarmaton 2004-ben épült meg a Fehérgyarmati Gyógyfürdő, amely gyógyászati ellátás biztosítása mellett közfürdőként is működik (SZSZBMK 2013). A Kisvárdai Várfürdőben három gyógymedence, illetve wellness ellátás található (AQUACINEMA.HU 2022). Vásárosnaményban szintén működik fürdő, Szilva Termál- és Wellnessfürdő néven, amely célja a helyi értékek megismertetése is (SZILVAFURDO.HU 2022).

A gasztronómiai turizmus esetében a turisták elsősorban a térség jellemző ételeit, italait ismerik meg. A legjellemzőbb formája a falusi vendéglátás – Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében ez jellemzően a gyümölcskultúrában csúcsosodik ki. A Felső-Tisza, a Tisza, a Szamos és a Túr árterületén őshonos szatmári szilva valamennyi vizsgált településen megtalálható, sok törődést nem igénylő, azonban bő termésű szilvafajta. 2012-től önálló fajta. A gasztronómiai turizmus szorosan kötődik a falusi vendéglátáshoz, amely jelen vizsgálat szempontjából kevésbé meghatározó fajta a turizmusnak.

Az ökoturizmus a turizmus azon fajtája, amely nem üdülési céllal valósul meg, hanem természeti értékek megismerése céljából valósul meg. Az ökoturizmus fő helyszínei az Észak-Alföldön a nemzeti parkok, szűkebb vizsgálati területünkön főként a folyók és környezetük, illetve a már említett Szatmár-Beregi Tájvédelmi Körzet és a Szatmár-Beregi Natúrpark. Az ilyen jellegű területekre jellemző, hogy a természeti értékhez kapcsolódóan programlehetőségek rendelkezésre állnak (kijelölt túraútvonalak, csónaktúrák, fotószafari stb.)

4. ábra: A Felső Tiszavidék kisebb tájegységei



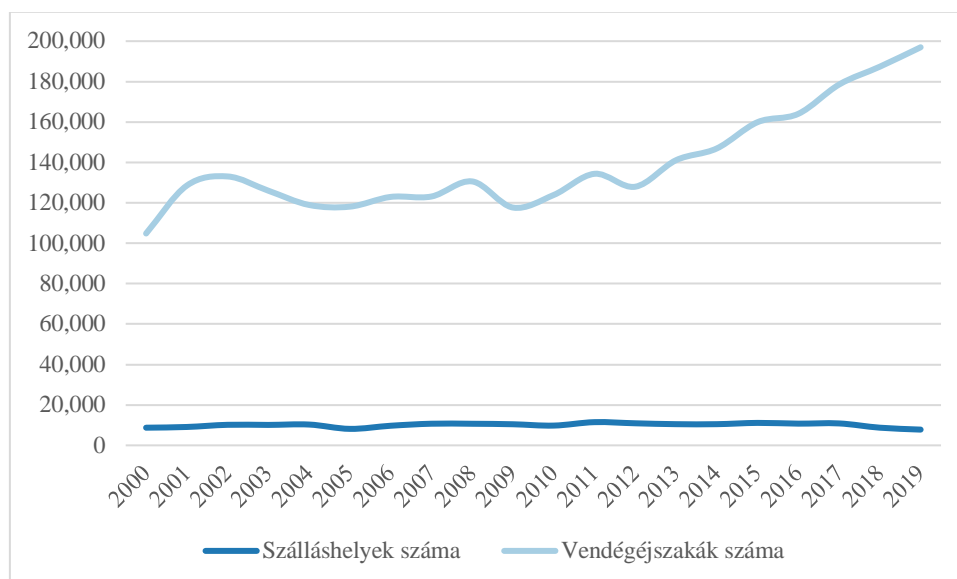
Forrás: GILYÉN et al. 1981

Az Észak-Alföld jelentős folyó- és állóvizei kedveznek a vízi turizmusnak. Lehetőség van ezeken a területeken vízitúrára, sétahajózásra, vízi sportolási lehetőségekre és fürdőzésre. Fehérgyarmat közelében a Szamos, Kisvárd és Záhony körzetében a Tisza, míg Vásárosnamény esetében a Tisza, Szamos és Kraszna folyók – ez utóbbi település esetében kiemelendő Gergelyiugornya városrész szabadstrandja (KSH 2013).

Az üzleti- vagy hivatásturizmus munkával összefüggő utazásokat foglal magában. Ekkor a turista közel ugyanazokat a szolgáltatásokat veheti igénybe, az utazás célja nem azonos. A vizsgált települések közül egyikben sincs jelen nagyobb mértékben ilyen jellegű turizmus (KSH 2013).

A kulturális-, illetve örökségturizmus célhelyszínei lehetnek egyházi helyszínek, hagyományokat, a térség kulturális életét bemutató helyszínek – ilyenek lehetnek a templomok, népi emlékeket bemutató intézmények, ipartörténeti emlékek, kastélyok, kúriák, várak. Ebből a szempontból az észak-alföldi régió helyszíneiben gazdag térség, a múzeumok, tájházak, helytörténeti gyűjtemények száma több mint 100 (KSH 2013). Fehérgyarmaton ilyen jellegű látványosság a református templom, a római katolikus templom, a Jékey kúriából átalakított Kossuth-park (HAMAR 2005). Kisvárd nevezetességei között kiemelendő a Vár, a görögkatolikus, római katolikus és református templomok, az egykori zsinagóga épülete, ma Rétköz Múzeum (KISVARDA.HU 2022). Vásárosnamény esetében a kulturális- és örökségturizmus tárgyát képezheti a Beregi Múzeum, a Tomcsányi Kastély, a Hunor Vadászati Kiállítás (VASAROSNAMENY.HU 2022).

5. ábra: Felmérés a kereskedelmi szálláshelyek és vendégéjszakák számáról



*Forrás: KSH 2020*

A kereskedelmi szálláshelyek számáról készült felmérések csupán megyei szinten érhetőek el – azonban ezekből az adatokból két trend jól olvasható: míg a vendégforgalom folyamatos, egyenletes növekedésen megy keresztül 2000 és 2019 között, addig a szálláshelyek férőhelyeinek száma stagnáló-csökkenő tendenciát mutat.

Összességében igaznak bizonyulnak azok a megállapítások, miszerint a négy vizsgált város turisztikai potenciállal alapvetően rendelkezik, azonban azok kiaknázása nem teljesül.

### ***Pályázati aktivitás***

A következőkben a 2004 és 2022 között támogatott pályázati programok értékét és eloszlását vizsgálom a négy vizsgált település esetében. A vizsgált pályázatok a következők:

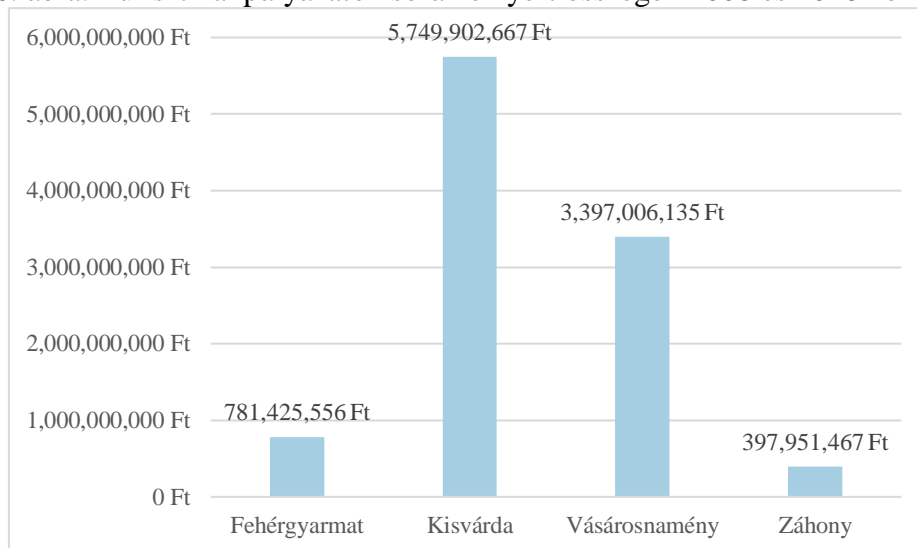
- ÉAOP-2.1.1/H-11- Turisztikai szolgáltatások fejlesztése
- ÉAOP-3.1.3/A-11- Kerékpárforgalmi hálózat fejlesztése
- ÉAOP-3.1.3/B-09- Kerékpárforgalmi hálózat fejlesztése a komplex programmal kezelendő LHH kistérségekben
- ÉAOP-5.1.1/D-09-1f- Funkcióbővítő integrált települési fejlesztések
- ÉAOP-5.1.1/D-09-2f- Funkcióbővítő integrált települési fejlesztések
- ÉAOP-5.1.1/D-12- Funkcióbővítő integrált települési fejlesztések
- ÉAOP-5.1.1/E- Helyi településfejlesztési akciók
- ÉAOP-5.1.1/G-09- Funkcióbővítő integrált települési fejlesztések a komplex programmal segítő LHH kistérségekben
- GINOP-7.1.1-15-Nemzeti Kastély- és Várprogram turisztikai célú fejlesztéseinek támogatása
- TÁMOP-3.2.12-12/1- Kulturális szakemberek továbbképzése a szolgáltatásfejlesztés érdekében

- TÁMOP-3.2.13-12/1- Kulturális intézmények részvétele a tanórán kívüli nevelési feladatok ellátásában
- TÁMOP-3.2.13-12/1- Kulturális intézmények részvétele a tanórán kívüli nevelési feladatok ellátásában
- TÁMOP-3.2.9/B-08/2- Audiovizuális emlékgyűjtés
- TIOP-1.2.2-11/1- Múzeumok és levéltárak iskolabarát fejlesztése és oktatási-képzési szerepének infrastrukturális erősítése
- TIOP-1.2.3-11/1- Könyvtári szolgáltatások összehangolt infrastruktúra-fejlesztése – „Tudásdepó Expressz”
- TOP-1.2.1-15-SB1-Társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmusfejlesztés
- TOP-1.2.1-16-SB1-Társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmusfejlesztés
- TOP-4.3.1-15-SB1-Leromlott városi területek rehabilitációja
- TOP-4.3.1-16-SB1-Leromlott városi területek rehabilitációja
- VP-6.4.1-16-Nem mezőgazdasági tevékenységek beindítására és fejlesztésére irányuló beruházások támogatása

A fenti pályázatokból származó kifizetések a 2008-2018 közötti időszakban kerültek kifizetésre. A fenti pályázatok a városok által összes beadott pályázat 3%-át teszik ki Fehérgyarmaton, 13%-át Kisvárdában, 9%-át Vásárosnaményban és csupán 1%-át Záhonyban.

A legnagyobb mértékű támogatásban Kisvárdára részesült összességében a vizsgált időszakban, ezután következik Vásárosnamény, majd Fehérgyarmat, végül Záhony. A legnagyobb összegű támogatást, 4 366 462 374 Ft TOP pályázatok nyomán került a magyar pályázók tulajdonába. Ezután következik az ÉAOP, GINOP, majd VP programok. A legkevesebb összeg TIOP útján került kiosztásra: ez 54 266 276 Ft volt.

6. ábra: Turisztikai pályázatok során elnyert összegek 2008 és 2018 között

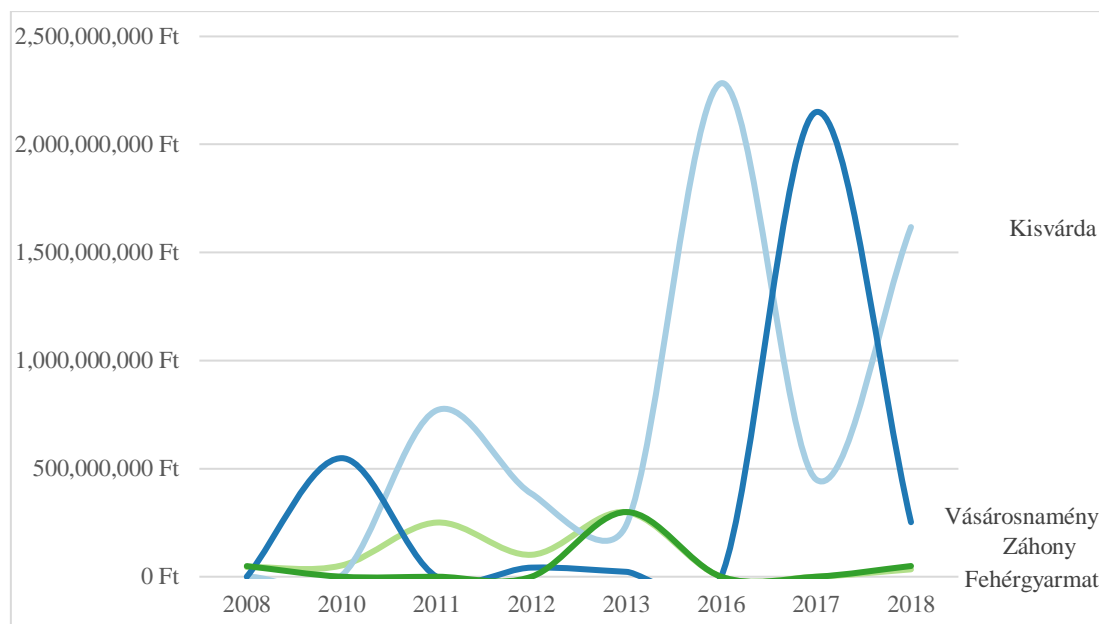


Forrás: KSH 2004-2021

A pályázatok időbeli eloszlását vizsgálva megállapítható, hogy míg Fehérgyarmat és Záhony esetében, ahol alapvetően alacsonyabb volt a pályázati aktivitás, 2013-ban volt a kifizetések

csúcspontja, míg Kisvárdra és Vásárosnamény esetében ez 2016-2017-ben következett be. Fehérgyarmat esetében a legnagyobb beruházást Betyáros Hagyományörző Pihenő- és Kóstolóház kialakítása, a Szatmár-Beregi Élményliget fejlesztése és az aktív turizmus fejlesztése és szolgáltatásbővítése kapta, 2012-2013-ban. Kisvárdra esetében a kerékpárforgalmi hálózat és a funkcióbővítés mellett szerepet kapott 2016-ban egy nagyobb volumenű kastély- és várprogram turisztikai célú fejlesztés. Vásárosnaményban a funkcióbővítés és a kulturális intézmények fejlesztése kapta a legnagyobb szerepet. Záhony összesen 3, turisztikai vonatkozású pályázatban vett részt a vizsgált időszakban, ezek főképpen a nem mezőgazdasági jellegű fejlesztésekhez és a funkcióbővítéshez kapcsolódtak.

7. ábra: Turisztikai pályázatok során elnyert összegek időbeli eloszlása



Forrás: KSH 2004-2021

## Következtetések

Vizsgálatomban arra kerestem választ, hogy az észak-alföldi határrégió kisvárosai milyen szinten képesek adottságaiknak megfelelően alakítani pályázati aktivitásukat, mekkora szerepet játszanak abban lehetőségeik és hátrányaik. Indokoltságát a vizsgálatnak az endogén fejlődés fontosságában láttam, valamint annak lehetséges erősítésében a turizmusfejlesztésen keresztül. Ennek során első lépésként ennek a két fogalomkörnek a metszéspontját tártam fel.

Következő lépésként a vizsgált városok általános demográfiai jellemzőit, humán infrastruktúráját, gazdasági helyzetét, természeti és épített környezetét, valamint közlekedését elemeztem. Ezek tanulságaként kijelenthető, hogy egy jellemzően előnytelen demográfiai helyzetű térségről beszélhetünk, a gazdasági helyzet annak ellenére, hogy a környezetéhez képest előnyös, alapvetően meghatározza periférikus elhelyezkedése, természeti értékekben gazdag, azonban az ebben rejlő potenciál kevésbé kiaknázott, míg épített környezete erősen kevert, egyszerre található meg bennük urbanizált, illetve vidékies jelleg. A vizsgált városok települése a központtal mind mennyiségben, mind minőségben jellemzően jó, azonban kisebb területi szinten ez kevésbé érvényesül.

A legjellemzőbb turisztikai forma az egészségturizmus volt, emellett fontos szerepe lehet a jövőben a vízi turizmusnak és kulturális-, illetve örökségturizmus is. Ezek azok a területek, amelyekben a négy kisváros érvényesülni tud adottságai alapján. Az ezáltal megállapítható potenciális fejlesztési pontok a turizmus tekintetében a következők:



- Szolgáltatói szektor erősítése, a városi gazdaság diverzifikálása
- Természeti értékek jobb kommunikációja
- Épített örökség jobb kommunikációja
- Épített környezet állagmegóvása
- Vendéglátó- és szálláshelyek számának és minőségének növelése
- Helyi és helyközi közlekedés fejlesztése
- Belső úthálózat fejlesztése

A pályázatokat vizsgálva megállapítható, hogy a turisztikai és ahhoz kötődő fejlesztések kevésbé vannak jelen a négy vizsgált városban – legkevésbé Záhony, míg leginkább Kisvárda esetében jellemző az ilyen jellegű pályázati aktivitás. A legnagyobb beruházások kevésbé tükrözik a fent említett területek súlyát: Fehérgyarmat esetében a legnagyobb beruházást turisztikai helyszínek fejlesztésével nyerték a pályázók, valamint az aktív turizmus fejlesztése és szolgáltatásbővítése, 2012-2013-ban. Kisvárda esetében a kerékpárforgalmi hálózat és a funkcióbővítés mellett egy nagyobb volumenű kastély- és várprogram turisztikai célú fejlesztés kapott támogatást 2016-ban. Vásárosnaményban a funkcióbővítés és a kulturális intézmények fejlesztése kapta a legnagyobb szerepet. Záhony főképpen a nem mezőgazdasági jellegű fejlesztésekhez és a funkcióbővítéshez kapcsolódó pályázatokon kapott támogatást.

A vizsgált területek közül leginkább az épített környezet állagmegóvása, ezzel szemben az aktív pihenés, a természeti értékek fenntartása, az értékek jobb közlése kevésbé jelenik meg ezekben a projektekben. A szálláshelyek számának lassú csökkenése szintén egy negatív tendencia lehet, különös tekintettel arra, hogy a vizsgált időszakban növekvő tendenciát mutatott a vendégéjszakák száma, illetve a koronavírus hatásának gyengülésével újból növekvő tendenciát láthatunk.

## Irodalomjegyzék

AQUACINEMA.HU (2022)

BELÜGYMINISZTERIUM (2015a): *Fehérgyarmat Város Településfejlesztési Konceptiójának és Integrált Településfejlesztési Stratégiájának Megalapozó Vizsgálata.*

BELÜGYMINISZTERIUM (2015b): *Kisvárda Város Integrált Településfejlesztési Stratégiája.*

BELÜGYMINISZTERIUM (2015c): *Vásárosnamény Város Településfejlesztési Konceptiójának és Integrált Településfejlesztési Stratégiájának Megalapozó Vizsgálata.*

BELÜGYMINISZTERIUM (2015d): *Záhony Város Integrált Településfejlesztési Stratégiájának Megalapozó Vizsgálata.*

CAPELLO, R. (2011): Location, Regional Growth and Local Development Theories. *Aestimum* 58(1): pp. 1-25.

DEÁK, A. (2016): Turizmusfejlesztés, mint fejlesztéspolitikai eszköz Szabolcs-Szatmár-Bereg megye külső periferiáinak felzárkózásában. In: TAMÁS J. – POPP J. (szerk.): *Baranyi Béla 70: A kapocs.* Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar. pp. 93-102.

FARKAS, T. (2002): Vidékfejlesztés a fejlődélméletek és a fejlesztési koncepciók tükrében. *Tér és Társadalom* 16(1): pp. 41-57.



- FARAGÓ, L. (1994): Adalékok a területfejlesztéssel kapcsolatos fogalmak vitájához. *Tér és Társadalom* 8(3-4): pp. 23-39.
- GONDA, T.–KAPOSI, Z. (2019): Pécs turizmusának első aranykora. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4(2): pp. 60-84.
- GILYÉN, N. – MENDELE, F. – TÓTH, J. (1981): *A Felső-Tiszavidék népi építészeté*. Műszaki Könyvkiadó.
- HAMAR (2005): *Fehérgyarmat*. Fehérgyarmat Város Polgármesteri Hivatala.
- KAPOSI, Z. (2021): A gróf Hunyady család szerepe a balatoni turizmus létrejöttében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(3): pp. 6-24.
- KSH (2013): *Idegenforgalmi tendenciák, sajátosságok Észak-Alföld megyéiben*.
- KISVARDA.HU (2022): Turizmus. Link: <https://kisvarda.hu/index.php/turizmus/latnivalok/kozteri-alkotasok> (Letöltve: 2022.04.27.)
- KOVÁCS, D. (2020): Decades of rural tourism development in Hungary. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5(4): pp. 91-107.
- MARTON, G. – RAFFAY, Z. – PRISZTÓKA, GY. – RAFFAY, Á. – KISS, R. (2016): A Dráva-mente, mint határmenti, periférikus tér turizmusfejlesztésének problémái. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 1(2): pp. 34-48.
- MUNDRUCZÓ, GY. – GRAHAM, S. (1996): Turizmus, elmélet és gyakorlat. *Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó*. pp. 37-90.
- OECD (2001): *Territorial Outlook*. OECD, Paris.
- PÓLA, P. (2014): Helyi erőforrások, vidékfejlesztési stratégiák, In: LUKOVICS, M. – ZUTI, B. (szerk.): *A területi fejlődés dilemmái*. SZTE Gazdaságtudományi Kar, Szeged, pp. 267-276.
- SZABÓ, P. – TÓTH, B. I. – OLÁH, M. (szerk.) (2017): *A területi tőke és magyarországi dimenziói*, Balatonfüzű. A Nyilvánosságért és a Civil Társadalomért Alapítvány, pp. 424.
- SZILVAFURDO.HU (2022): *Bemutakozás*. Link: <https://www.szilvafurdo.hu/hu/> (Letöltve: 2022.04.27.)
- SZSZBMK (2013): *Gyógyfürdő, tájékoztató*. Link: <http://www.szszbmk.hu/pdf/fgy/gyogyfurdo.pdf> (Letöltve: 2022.04.27.)
- TEIR (2015-2020): *Települési adatgyűjtő*.
- VASAROSNAMENY.HU (2022): *Vásárosnamény bemutatása*. Link: <https://vasarosnameny.hu/idegenforgalom/vasarosnameny-bemutatasa> (Letöltve: 2022.04.27.)
- VÉGI, SZ. (2021): Magyarország járási szintű turisztikai centrumtérsegeinek lehatárolása és hazánk kiemelt turisztikai térségeivel történő összevetése térökonometriai módszerekkel. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(3): pp. 44-59.

# FUNKCIÓ VESZTETT MAGYAR FALVAK FALUSI TURIZMUSÁNAK ÚJRAGONDOLÁSA, A JÖVŐ FELELŐSSÉGE

<sup>1</sup> Szalók Csilla – <sup>2</sup> Hanusz Árpád

<sup>1</sup> Budapesti Gazdasági Egyetem; Szalok.Csilla@uni-bge.hu

<sup>2</sup> Budapesti Gazdasági Egyetem; arpad.hanusz@gmail.com

*Mottó: „Összejönni – kezdés. Együtt maradni – haladás.  
Együtt is dolgozni – siker.” (Henry Ford)*

## 1. Bevezetés

A turizmus és azon belül a magyar falusi turizmus egyike azon kevés nemzetgazdasági ágazatnak, amely 2019-ig töretlenül fejlődött és bevételei kisebb hullámvölgyek kivételével folyamatosan növekedtek. Gazdasági szerepe ma már közismert: olyan jövedelmek keletkeznek a falvakban, amelyek alkalmasak a gazdaság diverzifikálására és a népesség megtartására. Egyre jelentősebbé vált a pályázati pénzek felhasználása az alap infrastruktúra, a szálláshelyek intenzív fejlesztésére. A törekvés példa értékű lehetne (dicséretes, lett volna) hiszen a falusi turizmus olyan erőforrások hasznosításával képes vonzerőt generálni, amelyek egyébként parlagon hevernének, vagy csak szerényebb gazdasági hozamot eredményeznének (pl. nemzeti parkok, természetvédelmi területek, népi építészet öröksége, tavak, folyók és víztározók, mezőgazdasági termelésre alkalmatlan területek, a természetközeli falusi környezet, egészséges életmód és megannyi néphagyomány stb.). A falusi turizmus fontos területfejlesztési tényezővé vált (HANUSZ 2001).

Az utóbbi három év tapasztalata és a kutatási eredmények azt igazolták, hogy a pandémia még tovább erősítette a vidéki szállások intenzívebb kihasználtságát. HVG (2021) A szállásadásban mutatkozó fejlődés viszont egybe esett a falusi birtokviszonyok drasztikus koncentrálódásával, valamint a vidéki gazdálkodás monokultúrás jellegének erősödésével. Mindez mára azt eredményezte, hogy azok a korábban felsorolt falusi adottságok, amelyeket pozitív tényezőként tartottunk számon, mára jelentősen vesztek vonzerőjükből. Egyre gyakrabban olvasható a vidékkel foglalkozó írásokban, hogy a falvak elvesztették eredeti funkciójukat és ma már a falusi emberek sem képesek teljes egészében saját szükségletüket megtermelni. A birtokviszonyok koncentrációja az árutermelő gazdasági modell szűk keresztmetszetét adja. A monokultúrás termelési viszonyok oda vezettek, hogy a megtermelt javak feldolgozása során kialakult hagyományok számos korábbi népszokás teljes megszűnését eredményezték (pl. kender feldolgozás, tollfosztás, vajköpülés stb.) (IMRE 1981).

A falusi turizmus fő vonzereje a falusi élet megismerésében a hagyományok ápolásában rejlett. Lehetek ezek a hagyományok egy-egy a tájra jellemző mezőgazdasági termékkel kapcsolatosak, de lehetnek olyan természeti értékek, amit a helyiek nagy gondossággal őriztek. A turizmus azonban nemcsak a gazdasági, hanem a természeti és társadalmi környezetre is hatott és hatásai nemcsak kedvezőek, hanem károsak is lehetnek (pl. zsúfoltság, áremelkedés, spekuláció, a természeti értékek tönkretétele, a falusi erkölcs lazulása, a hagyományok és más kulturális értékek devalválódása. Ezért a fenntartható fejlődés elérése napjainkra a falusi turizmusban is alapkövetelménnyé vált (KOVÁCS 2001).

## 2. Dilemmák az indulástól napjainkig

1993-ban a Falusi Turizmus I. Országos Konferenciáján határozták meg a falusi turizmus definícióját: falusi turizmusnak tekinthető a vendégfogadás, ha vidéki – nem városi és nem kiemelt üdülőkörzetben fekvő – településeken (község, falu, mezőváros, tanya) szállást, étkeztetést és programszervezési szolgáltatásokat nyújt. „*Falusi házakban kiadott fizetővendégszobák, a kulcsosházak, a tanyák, falusi porták, falusi kempingek, falusi panziók, fogadók, a falusi üdülők, (függetlenül azok tulajdoni helyzetétől) a vidéki, falusi kastélyszállók, a lovardák, tenispályák, a termálstrandok, uszodák, a csárdák, a kocsmák, a vendéglők, éttermek, faluházak, a tourinform irodák, a helyi utazási irodák, a helyi turisztikai és faluszépítő egyesületek stb.*” (CSIZMADIA 1993). E komplexitást a mai napig nem sikerült törvényes keretek között megvalósítani.

Sokan a fizetővendéglátás és a falusi szállásadás fogalma között nem tesznek különbséget, és egyazon fogalomként emlegetik. Ha tehát a hivatalos törvényi keretet nézzük, akkor a falusi turizmus nem más, mint falusi szállásadás.

Az élet viszont bizonyította, hogy ez az elméleti megközelítés nem fedi le a fogalmat, hiszen a falusi turizmus ennél jóval több, komplexebb, szolgáltatások összessége, melyek a vidék valamennyi desztinációjában megtalálhatók és ahol a szállás csak egy a szolgáltatások közül. Ha csak a szállásadás oldaláról közelítjük meg a fogalmat, akkor is speciális, hiszen nincs még egy olyan szállásszolgáltatás, ahol a vendég közvetlen kapcsolatba kerülhet a vendéglátóval és megismerhetné annak életkörülményeit és emberi habitusát (HANUSZ 2002).

Segíti a megértést a falusi turizmus termék típusainak áttekintése:

1. ábra: Termék típusok

Attrakciók	A falusi turizmus speciális termékei	Kapcsolódó vidéki turizmus terméktípusok
<b>I. A vidék természeti értékei</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Aktív üdülés falun</li><li>➤ túrázás, kerékpározás, horgászat</li><li>➤ vadászat</li> <li>➤ Üdülés a lovas udvarban</li><li>➤ Környezetbarát vendéglátó portán</li><li>➤ Helyi terméket előállító</li><li>➤ Természeti értéket kínáló</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Természetjárás</li><li>➤ Kerékpáros turizmus</li><li>➤ Horgászat,</li><li>➤ Vadászat</li> <li>➤ Lovas turizmus</li> <li>➤ Agroturizmus</li><li>➤ Ökoturizmus</li></ul>

Attrakciók	A falusi turizmus speciális termékei	Kapcsolódó vidéki turizmus terméktípusok
<b>II. A vidék tárgyi és szellemi öröksége</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hagyományok vendégfogadó portája</li> <li>➤ Csoportok vendégháza a falusi portán</li> <li>➤ Falusi életmód ifjúsági porta</li> <li>➤ A célcsoport bekapcsolódása a mg. munkákba</li> <li>➤ Gyermekbarát vendéglátó porta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kulturális turizmus</li> <li>➤ Ifjúsági turizmus</li> <li>➤ Agroturizmus</li> <li>➤ Üdülőturizmus</li> </ul>
Attrakciók	A falusi turizmus speciális termékei	Kapcsolódó vidéki turizmus terméktípusok
<b>III. Az agrárium értékei és termékei</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Egészségporta <ul style="list-style-type: none"> <li>○ gyógynövények</li> <li>○ biotermékek</li> <li>○ reform életmód</li> <li>○ egészséges helyi</li> <li>○ élelmiszerek</li> </ul> </li> <li>➤ A „falusi vendégasztal” <ul style="list-style-type: none"> <li>○ gasztronómiai élmények és agroturizmus</li> </ul> </li> <li>➤ Üdülés boros gazdánál <ul style="list-style-type: none"> <li>○ borúti kínálatok</li> <li>○ almaút, szilvaút</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Egészségturizmus</li> <li>➤ Agrárturizmus</li> <li>➤ Agroturizmus</li> <li>➤ Borturizmus</li> <li>➤ Tematikus, helyi termék utak</li> </ul>

*Forrás: Saját szerkesztés*

Ahhoz, hogy a felvázolt termékkínálat külön-külön és együttesen is részese lehessen egy desztináció falusi turizmus kínálatának, illetve a térség vonzerejét jelentő komplex csomagnak az összes szereplő együttműködése nélkülözhetetlen. Ebbe bele tartoznak az önkormányzatok, a falusi szállást és ellátást kínálók, a borászok, a lovas tanyák, a helyi gazdák és vállalkozók, a vendéglők, korcsmák, kézművesek, népművészek, népművelők, tájházak, horgászati és vadászati lehetőségek, világi és egyházi műemlékek, valamint a helyi civil szerveződések HANUSZ (2002). Mindez azt is bizonyítja, hogy a falusi turizmus fejlesztése nem jelentheti csak a szállások korszerűsítését vagy új szállások építését. Meggyőződésünk, hogy ez a szemlélet csak napjainkban kezd tudatossá válni! Ha egy települést komplex módon fejlesztünk, hogy több turista érkezen a desztinációba az jó a településen élőknek is, hiszen mindezek a helyi lakosság életfeltételeinek, életvitelüknek a minőségi javulását is jelenti. A

funkcióvesztett magyar falvak rendbe tétele és fejlesztése több desztinációban a mindennapok létkérdésévé vált (HANUSZ 2008).

Ezzel együtt a falusi turizmus nem csodafegyver, de multiplikáló szerepe alapján az egyik nagy lehetősége a vidékfejlesztésnek, amihez állami és Európa Uniós támogatásra is szükség van SZALÓK (2005). Az elmúlt két tervezési ciklusban jelentős támogatás érkezett a falusi turizmusba, mégis több olyan intézkedés és fejlesztés készült el, ami gátolta a komplex fejlesztés nyújtotta turisztikai kínálat bővülését. (térkövezés, díszcserjék ültetése haszonnövények helyett, azonos terméket kínáló helyi piacok kialakítása, stb).

### **2.1. A fejlesztések problémái**

- A tényleges kereslethez nem illeszkedő szálláshelyfejlesztés
- A 4 napraforgós fejlesztések túlsúlya, melyek egy korábbi feltételekhez igazított minősítési rendszerre épülnek
- A hasznosítás 5 éves moratóriuma, amely nem biztosít tervezhető turisztikai szállás kínálatot
- Az önfenntartó gazdaság helyi termékelőállításának, valamint ezek adómentes értékesítésének hiánya (HANUSZ 2002).

### **2.2. Nemzetközi kitekintés**

Nehéz olyan mintaterületet találni Európában, ahol hasonló településszerkezet, hasonló természeti értékek és gazdasági fejlődés figyelhető meg. Alaposabb vizsgálódás után azt tapasztalhatjuk, hogy azok a gazdaságilag fejlettebb országok, amelyekben még jól működik a falusi turizmus hasonló problémákkal küzdöttek. Ha a francia vagy olasz falusi turizmust vesszük górcső alá, akkor azt tapasztaljuk, hogy a hazánkban észlelt gondok ezekben az országokban már korábban jelentkeztek.

A nemzetközi turizmusban jelentkező új kihívások, a résztvevők elvárásai a falusi turizmusban is megkövetelték a fejlesztések új körülményekhez való igazítását.

Melyek a falusi turizmus kihívásai a XXI. század elején?

- Az adott lokalitás turisztikai értékeinek hatékonyabb hasznosítása (üdülésre, rekreációs célra),
- Az egészséges életmódra való törekvés, a tájak sokszínűségének, jellegének megtartása (pl. biogazdálkodás elterjesztésével, helyi termék helyi exportjával),
- Összefogáson alapuló közösségi, kulturális értékek megőrzése, bemutathatóságuk megteremtése, melyek a vidék turisztikai vonzerejét növelik.

Az európai falusi turizmus fejlődését, a turizmus palettáján elfoglalt pozícióját (és egyáltalán a meglétét) az említetteken túl a társadalomban jelentkező igények is elősegítették. Az európai modern társadalmakban növekedett a szabadidő aránya, a hétvégéket szabaddá tevő munkarend lehetővé tette a hétvégi utazásokat. A rendkívüli módon felgyorsult városiasodás a városi emberek érdeklődését egyre inkább a háborítatlan természet, az örökségturisztikai emlékek, valamint a népművészet és néphagyományok megismerése felé fordította. (<https://mek.oszk.hu>)

Megindult tehát a falusi turizmusban is az a tematizálódás, amely az egyes desztinációk jellegzetes elemeire és vonzerőjének számító kínálatára épült (MICHALKÓ – VIZI 2001). Mind ehhez elengedhetlenné vált a minden igényt kielégítő komplex kikapcsolódást és pihenést biztosító szálláskínálat.

Fontossá vált, hogy a kikapcsolódás a rekreálódás során (az utazási cél), a desztináció kiválasztásánál a kínálati elemek legyenek a fő motiváló tényezők, és legalább olyan minőségű szállás is álljon rendelkezésre, amely az otthoni kényelmet vagy annál jobbat tud biztosítani.

### **2.3. A hazai „Falusi turizmusban” bekövetkezett hanyatlás kezdetének okai**

- Nincs megfelelő, hatékony marketing munka.
- Hiányzik a vendégfogadók és a szolgáltatók közötti együttműködés.
- A települések többségében az intézményi támogatás hiánya
- Az infrastrukturális és környezetvédelmi hiányosságok gátolják a vendégforgalom gyorsabb növekedését.
- A vendégfogadók megfelelő nyelvismeretének hiánya
- A programok szervezése nem folyamatos és az alkalmoszerű rendezvények gátolják az azonos minőségű vendégfogadást.
- A néphagyomány ápolására, tanítására, életben tartására nincsenek meg a vállalkozók anyagi forrásai.

Valamennyi kutatás azt támasztotta alá, hogy a felsorolt hiányosságok ellenére van igény a belföldi turizmusban a falusi turizmus szolgáltatásaira. Egyre több turista azért választja a nyaralásnak ezt a formáját, mert így megismerkedhet a helyi hagyományokkal, szokásokkal és megfizethető értékárnyos szolgáltatást is kap (KOVÁCS 2002).

Miért kell ennek ellenére újra gondolni a magyar falusi turizmust?

Ha mindezt a kutatási eredmények szemszögéből nézzük, akkor röviden úgy lehet megfogalmazni, hogy a szálláshely pozitív irányban fejlődik a vonzerőnek számító hagyomány, a népszokás viszont negatív irányba.

A folyamat beindult és pár évvel ezelőtt, még úgy tűnt, mintha a célokat mindenki magáévá tenné és a közös cél az összefogáson alapuló turizmus és vele együtt a vidékfejlesztés megvalósul. A vendégfogadók lehetőséget láttak a házilag készített tejtermékek, sütemények, tészták és préselt gyümölcslevek elkészítésében és bemutatásukban, a termékek kóstoltatásával és értékesítésével nagyobb bevételt reméltek. Mindez a magasabb szintű falusi vendégfogadás megvalósítása irányába mutatott, összekapcsolva az egészséges életmóddal, a lovaglással, a vízi sportokkal a gyalog és kerékpáros túrákkal egy-egy desztináció komplex kínálati csomagjának létrehozását jelenthette volna. A vendéglátóknak (kínálat szélesítés eszköze lehetne,) érdeke lenne, hogy megismertessék a turistákkal a szeszfőzés hagyományát a kézműves tárgyak készítésének módját a népi ételek elkészítését vagy a halászat és más régi mesterségek eszközeinek használatát. Ezek azok az értékek, amelyek folyamatosan (feledésbe merülnek)fognak és lassan már a falusi fiatalok számára is kuriózzummá válnak.

#### **2.3.1. Mi hátráltatja a fejlődést?**

- A vidék átpolitizálódása, a települések közötti rivalizálás(ok nélkül)
- A hatékony marketing hiánya,
- A szolgáltatók körében kicsi az igény a folyamatos minőségi megújulásra
- Kevés az átgondolt és megalapozott turisztikai infrastruktúrafejlesztés Tematizált szállások magasabb szintű szolgáltatással. (medence, konditerem, közösségi tér).
- Egy -egy desztináció turisztikai kínálatának eladhatóságát növelő, összefogáson alapuló, csomagban értékesített kínálat hiánya

Fontos feladat a hanyatlás okainak megszüntetése, a megváltozott körülményekhez alkalmazkodni képes falusi turizmus újra pozicionálása. Olyan nemzeti összefogás meghirdetése, amely képes fenntarthatóvá tenni a falusi turizmust és az örökségturisztikai értékeket, kiegészítve azokkal az új ökoturisztikai szolgáltatásokkal, amelyek a mai fiatalok életvitelét meghatározzák (<http://lib.igyk.pte.hu>).

### **3. Napjaink hazai falusi turizmusának újragondolása**

- A mai Falusi turizmus számára alkalmas minőségi szálláshelyek szolgáltatásának javítása.
- A megmaradt néphagyomány tárgyi eszközeinek interaktív bemutatása, a feledésbe merülő népi mesterségek újraindítása.
- A tájegységekre jellemző népi gasztronómiai hagyományok újjáélesztése akár éttermi körülmények között is (SZALÓK 2016).
- Az ökoturisztikai értékek megőrzését, megismertetését biztosító feltételek kialakítása
- Kreativitás és elkötelezettség erősítése, ami a vidék hosszú távú megőrzésének és fejlesztésének biztosítéka lehet.

Addig amíg korábban a nemzetközi és a hazai falusi turizmus fő vonzerőiként a természet közelségét, a még élő tradíciók fenntartását (tárgyi, szellemi, kulturális, valamint termelési hagyományok), a vidéki életmódot, a családi miliót és az emberi kapcsolatokat említettük, addig mára az újragondolás során a turisták megváltozott igényére reagálva az aktív pihenés feltételeinek megteremtését, a komplex kikapcsolódást biztosító szolgáltatásokat is kell tudni biztosítani. (úszómedence, szauna konditerem stb). Mindezek azonban nem jelentenek sematizálást, egy standardizált turizmus-kialakítást, hanem sokszínű, tájegységenként, településenként, akár vendégfogadónkként is eltérő, sajátosságokhoz kötődő kínálatot és ehhez igazodó szállásfajtákat. A gazdasági fejlődéssel párhuzamosan mindig megfigyelhető az átrendeződés folyamata is, vagyis a centrális helyek kialakulása.

A fenntartható fejlődés csak tudatos fejlesztéssel érhető el. A falusi turizmus tudatos fejlesztése feltételezi a tervezést, a tervek megvalósításához elengedhetetlen korszerű intézményrendszer megteremtését. A megfelelő közgazdasági és jogi szabályozást, a magánberuházásokat orientáló ösztönző-rendszert, a fejlett infrastruktúrát, a szakképzett munkaerőt, a szakszerűen és környezetbarát módon működő falusi turisztikai létesítményeket, a hatékony vállalati és térségi, nem nyereségorientált marketing munkát, a lakosság és az intézmények korrekt és barátságos viselkedését a turistákkal, a közbiztonságot és a megfelelő egészségügyi körülményeket. (<http://lib.igyk.pte.hu>)

A fenntartható fejlődés és a versenyképesség egyidejű elérésének fontos feltétele tehát a köz- és a magánszektor partnersége és jó együttműködése is.

### **4. Összegzés**

A globalizálódó turizmuson belül a falusi turizmus napjainkban úgy fogalmazható meg nagyon egyszerűen, hogy a hagyományok (helyi értékek) ápolásán alapuló olyan turisztikai termék, amely alkalmas a benne résztvevők rekreációjára. Hozzájárul a még fellelhető néphagyomány, népművészet és ökoturisztikai értékek átörökítésén keresztül a gyökerek megismeréséhez és megtartásához. Munkalehetőséget biztosít a falusi településen élőknek, erősítve ezzel a vidék népességmegtartó erejét és az életminőség folyamatos javulását. Ugyanakkor egyre fontosabbá válik, hogy a pandémia következményeit figyelembe véve erősítsük a közösségek önfenntartó képességét, lokalizáljunk, a helyi alapanyagokra építsünk, szezonális, organikus anyagokat használjunk, rövidítsük az ellátási láncot. A falusi turizmus a megfelelő terep lehet arra, hogy

a termőföldről az asztalra kerülhessenek a helynek megfelelő ételeink, figyelembe véve a fenntarthatóság szempontjait friss, szezonális, egészséges, vegyszermentes alapanyagokat használva, a helyi tudást beépítve, a hulladékkezelésre is figyelve a fenntarthatóbb jövő érdekében.

Fontos kell, hogy legyen az a szemléletformáló erő felismerése, amely abban rejlik, hogy a falusi turizmusban is igazi sikereket csak összefogással lehet elérni. A vendégfogadás eredményes műveléséhez szükség van egy magas fokú megújulási készséghez és annak a gondolatnak a megértéséhez, hogy a minőségi szolgáltatás nélkül nincs eredményes és sikeres falusi turizmus. Nem lehet a társadalmi fejlődést és a turistaigények változását figyelmen kívül hagyni és olyan szolgáltatást kell nyújtani, ami képes kielégíteni akár a nemzetközi elvárásokat is. Valamennyi szolgáltatást együtt kell fejleszteni.

### **Irodalomjegyzék**

BÁBA, SZ. (2007): Külhoni falusi turizmus, Módszertani szempontok. *Napút Füzetek*. Budapest. pp. 1-28.

CSIZMADIA, L. (1993): Falusi turizmus-környezetbarát turizmus oktatási összefüggései. In: KOVÁCS, D. (szerk.): *A falusi turizmus hagyományai*. Mezőgazda Kiadó, Budapest. pp. 69–73.

GONDA, T. (2016): A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai. PTE KPVK. ISBN 978-963-429-108-4

HANUSZ, Á. (2001): Idegenforgalmi helyzetkép az ezredfordulón. *Természettudományi Közlemények*, Nyíregyházi Főiskola, TTFK, Nyíregyháza. pp. 56-66

HANUSZ, Á. (2002): A falusi turizmus elméleti kérdései és fejlesztési lehetőségei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. *Természettudományi Közlemények*, TTFK, Nyíregyháza. pp. 38-49.

HANUSZ, Á. (2008): Turisztikai programok, mint a vidékfejlesztés lehetséges eszközei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. In: HANUSZ, Á. (szerk.): *A turizmus szerepe a kistérségek és régiók gazdasági felzárkóztatásában*. Nyíregyháza. pp. 63-81.

IMRE, J. (1981): A falusi turizmus fejlesztésének lehetőségei Magyarországon. *Kereskedelmi Szemle*.

JENKEI, L. (2002): *Idegenforgalmi értelmező kézikönyvtár*. Budapesti Gazdasági Főiskola. Kereskedelmi Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar. Budapest. pp. 1-311.

KOVÁCS, D. (2002): *Falusi turizmus az átalakuló mezőgazdaság és a vidék gazdaságának egyik diverzifikációs lehetősége Magyarországon*. Doktori értekezés, Szent István Egyetem. Gödöllő. pp. 2-144.

KOVÁCS, D. (2001): *Falusi turizmus olvasókönyv*. Szent István Egyetem- Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Tanárképző Intézet. Gödöllő. 192 p.

MICHALKÓ, G. – VIZI, I. (2001): A turizmus, mint globalizációs jelenség Magyarországon. *Iskolakultúra* 11: pp. 10-19.

### **Egyéb források:**

ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK (2021): *A turizmus helyzete a járvány előtt és alatt*.



KSH (2020): *Helyzetkép a turizmus vendéglátás ágazatról.* Link: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2020/index.html> (Letöltve: 2022.04.26.)

HVG (2021): *A korábbinál is nagyobb az áremelkedés idén a Balatonnál.* Link: [https://hvg.hu/gazdasag/20210627\\_A\\_korabbinal\\_is\\_nagyobb\\_az\\_aremelkedes\\_iden\\_a\\_Balatonnal](https://hvg.hu/gazdasag/20210627_A_korabbinal_is_nagyobb_az_aremelkedes_iden_a_Balatonnal) (Letöltve: 2022.04.26.)

SZALÓK, CS. – SZÉLES, P. (2005): *Turizmus kisvállalkozás speciális modul.* BGF KVIFK, Budapest. HF82-04/2005.

SZALÓK, CS. (2016): *Gourmet ételek jelentősége, falusi turisztikai lehetősége (Előadás TM)*

UNWTO (2021): *World Tourism Organization Dashboard: “International Tourism and COVID-19.* Link: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>; (Letöltve: 2022.04.17.)

# A BIZTONSÁG ÉS A KÖRNYEZETI FENNTARTHATÓSÁG SZEREPE A DUNAI SZÁLLODAHAJÓZÁSBAN

*Nagy Dávid*

*doktorjelölt, PTE TTK Földtudományok Doktori Iskola, tudományos  
segédmunkatárs, KRTK RKI DTO; nagy.david@krtk.hu*

## **Absztrakt**

A szállodahajó ágazat az elmúlt húsz évben egy dinamikus fejlődésen ment keresztül, aminek csak Covid-19 vírus által előidézett pandémia vetett véget. Az európai folyami szállodahajózás legfontosabb útvonala a Duna-Majna-Rajna hajóút. A dunai szállodahajó forgalom 2002 és 2011 között megduplázódott, majd további egyenletes növekedést mutatott. 2020-ban a pandémia következtében 90%-os csökkenés következett be.

A térség biztonsági helyzetének folyamatos javulása, az európai integráció alapvető feltétele volt a dunai hajózás fejlődésének. A 2019-től bekövetkezett változások és ezek hatásai megmutatják, milyen lényeges szerepe van az ágazatban a szabad beutazásnak és országok közötti mozgásnak. A másik fontos tényező a klímaváltozás, amely erősen befolyásolja a folyók hajózhatóságát és hatással van a folyómenti területek ökológiai állapotára, közvetetten a turisztikai fenntarthatóságra is. Ezen tényezők rövid áttekintő bemutatására vállalkozik a tanulmány, kitérve a Duna menti vidéki térségek érintettségére is.

*Kulcsszavak: Duna, dunai hajózás, biztonság, környezeti fenntarthatóság*

## **Bevezetés**

A Duna, mint víziút kihasználtsága sokáig elmaradt a benne rejlő lehetőségektől. Ennek legfőbb oka a térség politikai széttagoaltsága volt, a folyó sokszor kultúrák és birodalmak határán kanyargott, így nem alakulhatott ki egységes gazdasági térség a vonzáskörzetében. A 19. században fejlődésnek indultak a Duna menti országok és megnöttek a szállítási igények, ezzel egyidőben megjelent a hajózás legnagyobb versenytársa a vasút. A 20. század második felében a hajózás még egyszer felvirágozott, a hajóút hatékony fejlesztése mellett, ennek legfőbb oka a Szovjetunió birodalmi érdekei szerint kiépült Duna menti nehézipar szállítási igénye volt. Az 1990-es években a dunai hajózás lényegében összeomlott, ebből a krízisből azóta sem sikerült kilábalnia. Reményt csak az európai integráció kibontakozása jelentett ebben a helyzetben, lehetőség nyílt a térség stabilitásának megteremtésére és egy egységes gazdasági tér kialakulására a Duna mentén.

A hajózás fejlesztésének nehézségei közül megemlíthető a költséges infrastrukturális beruházások igénye, a közlekedési módok közötti verseny és ennek okán az együttműködés hiányosságai, a part menti országok közös fellépésének, az adminisztratív akadályok lebontásának nehézségei. Ezek a problémák korlátozottan érvényesek a szállodahajózásra. Ennek oka, hogy hajóúttal szemben a teherhajózásnál könnyebben biztosítható igényeket támaszt, a parti infrastruktúra sem igényel jelentős beruházást, a kisebb regionális kikötők egyszerűen alkalmassá tehetők. Mivel a feltételek nagyrészt adottak, a szállodahajókat pedig biztosítják a külföldi magánvállaltok, nem igényel állami és nemzetközi kooperációt az ágazat bővülése. További infrastrukturális feltétel az induló és érkező pontok jó légi összeköttetése, jelentős nemzetközi repülőtér megléte. Természetesen a hajóutak tematikájába illeszkedő folyómenti attrakciók szükségesek, kiváló akadálymentes elérhetőséggel (MISKOLCI et al. 2020), magas szintű turisztikai szolgáltatásokkal. A hagyományos követelményektől, amelyeket a turisztikai desztinációkkal szemben támaszt a piac lényeges eltérés, hogy nem igényli a magas minőségű szálláshelyek meglétét olyan mértékben, hiszen a szállást maguk a hajók biztosítják.

A fejlődés lehetősége tehát adott, de dunai szállodahajózás előtt komoly kihívások állnak, egyrészt, mint látni fogjuk a biztonság és a határok átjárhatóság alapvető feltételei az ágazat működésének. További probléma a klímaváltozás hatása a folyóra és annak környezetére, amely komoly fenntarthatósági gondokat okozhat.

## **Felhasznált irodalom**

A turisztikai célú hajózás jelentőségének növekedése az elmúlt évtizedekben töretlen volt, a tengeri és a belvízi hajózás alapvető jellemzőit és trendjeit részletesen feldolgozza a Jászberényi Melinda által írt könyvfejezet (JÁSZBERÉNYI 2018). Másik könyvében részletesen bemutatja a dunai szállodahajózás piacát, Budapest és a szállodahajózás kapcsolatát és a kínálati jellemzőket is (JÁSZBERÉNYI 2019). Foglalkozott a dunai szállodahajózás élményigerétével és regionális hatásaival (JÁSZBERÉNYI – MISKOLCZI 2019) Közép-és Kelet Európa nagyvárosainak elérhetőségét a dunai turizmusban is vizsgálat tárgyát képezte a közelmúltban (MISKOLCZI et al. 2020). Születtek hazai tanulmányok a szállodahajózás kérdésköréről, kitérve a célcsoportokra, az attrakciókra és a termék és marketing jellemzőkre (PÓKÓ 2018, PÓKÓ 2019). A vidéki térségek szerepének bevonásának lehetősége a dunai szállodahajó turizmusba kevésbé kutatott terület, született az magyarországi Alsó-Duna völgy turizmus fejlesztését értékelő tanulmány, amely rámutatott a szálláshely kapacitás hiányára (NAGY 2016) Természetesen a fenntartható turizmus témaköre is kapcsolódik a szállodahajózáshoz, amely egy széles körben kutatott terület (CSETE – SZÉCSI 2015, GONDA 2022). A pandémia és a háborús események következtében visszaesett turistaforgalom következtében előtérbe került az ágazat válságállósága, megújulás képessége, a reziliencia vizsgálata (PÓKÓ 2021).

Lényeges szempont az akadálymentes elérhetőség biztosítása és az ezt lehetővé tevő innovatív megoldások (RAFFAY – GONDA 2020, GONDA – RAFFAY 2021).

A hajózás és a környezetvédelem, klímaváltozás összefüggéseit is vizsgálták már kutatók, de készültek erre vonatkozóan stratégia anyagok, fejlesztési dokumentumok is (BEUTHEA et al. 2014, GLOCK et al. 2019, KRESOJEVIĆ et al. 2019, HABERSACK et al. 2016). A két legfontosabb kérdés a környezetbarát hajózás kialakítása, illetve az alacsony vízálláshoz való alkalmazkodás. Német kutatók által vizsgálták klímamodellek (2031-2060 közötti időszak) hidrológiai hatásait Felső-medencére vonatkozóan, az előrejelzések a nyári lefolyás egyértelmű csökkenését jelzik (STAGL – HATTERMANN 2016). A Duna vízjárása és kiemelten a vízjárási szélsőségek előfordulása, alapvetően befolyásolja a hajózás feltételeit. A Duna magyarországi szakaszán nincs duzzasztás, ezért is fontosak a dolgozat szempontjából ennek a szakasznak a vízjárására vonatkozó kutatások, amelyek igazolták a vizsgált szelvényekben (Baja, Nagymaros) a vízjárás szélsőséges jellegének fokozódását (KONECSNYI 2014). A klímaváltozás kihívásaira és a széndioxid kibocsátás csökkentésére a hajók tervezésével foglalkozó munkák is foglalkoztak (ANGHELUȚĂ et al. 2019), nem csak az új hajók átépítésére, de a meglévő hajók környezetbarát átalakítására is létezik műszaki megoldás.

## **Módszertan**

A tanulmány rövid áttekintést ad a téma szakirodalmából, bemutatja a különböző témák háttérét és találkozási pontjait. Elsősorban a folyami szállodahajózás és a klímaváltozás, illetve a biztonság kérdéskörében.

A dolgozat nem vállalkozott az egész folyam és környezetének klimatikus viszonyainak bemutatására, példaként a Középső-szakasz egyik kritikus térségének (Mohács) adatait mutatom be, ahol a folyó duzzasztásából eredő hatások nem érvényesülnek. Ebben a térségben gyakran fordulnak elő a hajózást akadályozó alacsony vízállások, amelyet az Alsó-Duna-völgyi Vízügyi Igazgatóság (<http://www.aduvizig.hu/>) által megadott Mohácsra vonatkozó adatokkal is szemlétetek. A korlátlanul hajózható napok számát a Via Donau adatai alapján mutatom be.

A szállodahajózásra vonatkozóan a Duna Bizottság adatait használtam fel, de az áttekintésben nagy segítségemre volt a hazai szakirodalom és az ágazati riportok (CCNR 2019, 2021), amelyek sokrétű adatforrást és minden részletre kiterjedő elemzést biztosítanak.

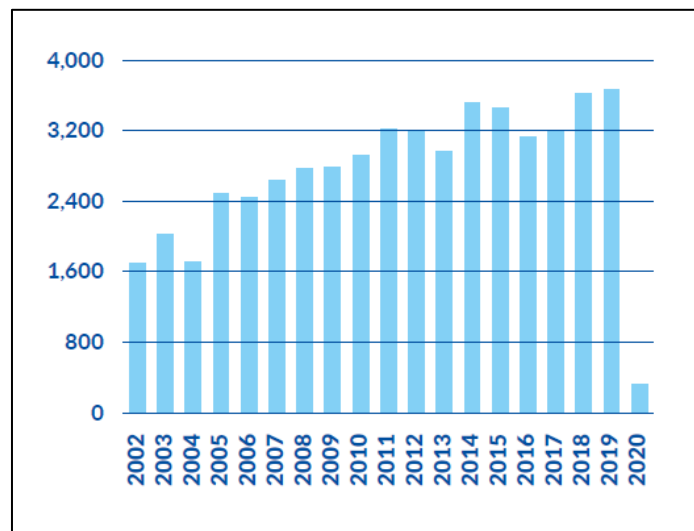
A biztonság kérdéskörében a dolgozat összefoglaló jelleggel mutatja be azokat a történelmi, geopolitikai és gazdasági folyamatokat, amelyek meghatározták az elmúlt húsz év ágazati fejlődését a dunai szállodahajózásban.

## **Eredmények**

### ***A dunai szállodahajózás fejlődése a 21. században***

A téma vizsgálatához fontos a szállodahajó forgalom volumenének bemutatása az ágazat alapvető trendjeinek ismertetése. Az alábbi ábrán (1. ábra) megfigyelhető, hogy a szállodahajó ágazat az elmúlt húsz évben egy dinamikus fejlődésen ment keresztül, aminek csak Covid-19 vírus által előidézett pandémia vetett véget. Ez a trend az egyre csökkenő mértékű teherszállítással ellentétes, ami a hajóút kihasználtságának csökkenését ellensúlyozta. Az európai folyami hajózás legfontosabb útvonala a Duna-Majna-Rajna útvonal. A dunai szállodahajó forgalom 2002 és 2011 között megduplázódott, majd további egyenletes növekedést mutatott. 2020-ban a pandémia következtében 90%-os csökkenés következett be, ami elsősorban annak tudható be, hogy a vendégkör túlnyomó többsége az idősebb korosztályba tartozik és sok a tengerentúli utas, akik légi úton érkeznek Európába.

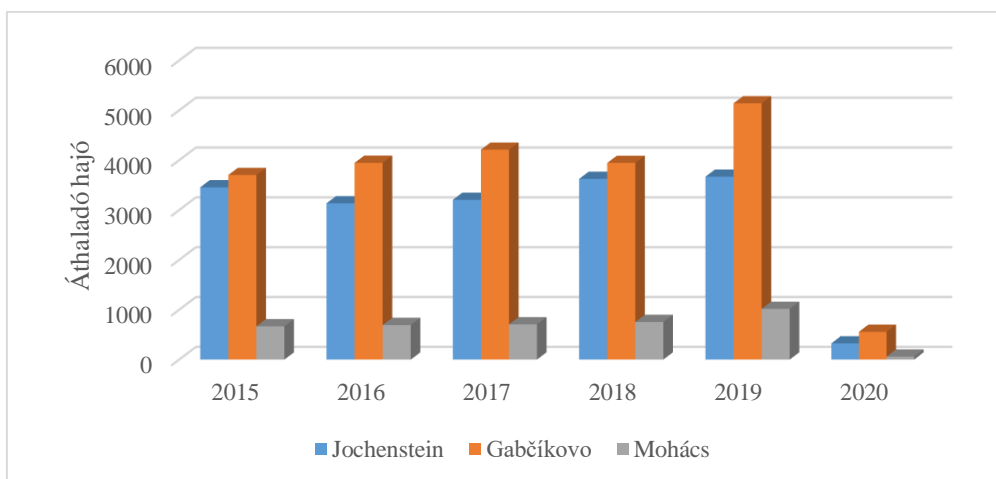
5. ábra: Tranzitforgalomban résztvevő szállodahajók száma a Dunán, 2002-2020



*Forrás: CCNR 2021*

A szállodahajózás elsősorban a Felső- és Középső-szakaszt érinti, Mohács alatt jelentősen csökken a volumene. Ha az egyes országhatárokon vizsgáljuk az áthaladó hajók számát, kitűnik, hogy a Gabčíkovo-i (Bős) duzzasztómű (Szlovákia és Magyarország határa) a legnagyobb forgalomú, 2019-ben 5000-nél is több hajó haladt itt át, ami a Bécs-Budapest útvonal népszerűségét igazolja. Jochenstein-nél (Németország és Ausztria határa) jelentős a forgalom, ahol a Rajnáról és Majnáról érkező szállodahajók haladnak át. Budapest gyakran a kiindulási vagy végpontja ezeknek az utaknak, mert légi úton jól megközelíthető (MISKOLCZI et al. 2020). Láthatjuk, hogy Mohácsnál (Magyarország, Horvátország és Szerbia határa) már lényegesen kisebb a forgalom, ennek részben az is oka, hogy Szerbia nem EU tagország, illetve a turisztikai kínálat is más jellegű a folyó Alsó-szakaszán (2. ábra).

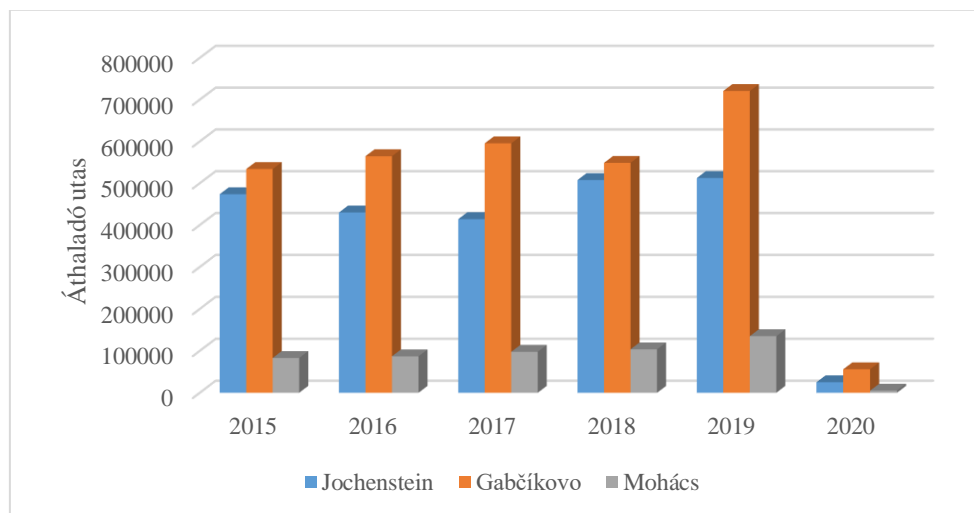
6. ábra: Az egyes áthaladási pontokon mért szállodahajó szám alakulása 2015-2020 között



*Forrás: Saját szerkesztés DUNA BIZOTTSÁG alapján*

Az egyes szakaszok utasforgalma a hajók számával megegyezően alakul, Mohácsnál már lényegesen kevesebb utas halad át. Az összes utas száma a szállodahajókon Gabčíkovo-nál (Bős) 2019-ben meghaladta a 700 000 főt, ami 2015-től számítva csaknem 30%-os növekedést jelent (3. ábra). Ugyan alacsony bázison, de érdemi növekedést mutat a Mohácsnál elhaladó utasok száma. Ugyanakkor a Németország és Ausztria határán áthaladó utasforgalom érdemben nem növekszik, stagnál.

7. ábra: Az egyes áthaladási pontokon mért utasszám alakulása 2015-2020 között



Forrás: Saját szerkesztés DUNA BIZOTTSÁG alapján

### ***A biztonság szerepe a dunai szállodahajózás fejlődésében***

A dunai szállodahajózás fejlődésnek van két alapvető feltétele, amelynek megléte az ágazattól független és érdemi befolyással sem lehet rá. Az egyik a határok átjárhatósága, ami biztosítja, hogy a hajóút megszakítás nélkül, esetleg kisebb ellenőrzések közbeiktatásával valósuljon meg. A másik a küldőországok polgárainak minél könnyebb, lehetőleg vízummentes utazási lehetősége a part menti célszországokba.

A Duna menti országok biztonsági helyzetének javulása, Szerbia 1999-es NATO bombázását követően fokozatos javulásnak indult. Az Európai Unió bővítési folyamata elősegítette a part menti országok csatlakozása az egységes gazdasági térhez, egyúttal politikai és biztonsági helyzetük stabilitásához is hozzájárult (Ausztria 1997, Magyarország és Szlovákia 2004, Románia és Bulgária 2007, Horvátország 2013, Szerbia 2014-től tagjelölt). A határok átjárhatósága szempontjából lényeges, hogy a schengeni egyezményt, amely a határok átjárhatósága szempontjából lényeges dokumentum, nem alkalmazza az EU tag Románia, Bulgária és Horvátország, valamint a tagjelölt Szerbia sem. Biztonsági szempontból kiemelt fontosságú a NATO kelet-európai bővítési folyamata, amelynek során Ausztrián és Szerbián kívül sorra csatlakoztak a Duna menti országok (Magyarország 1999, Szlovákia, Bulgária és Románia 2004, Horvátország 2009).

Ennek a folyamatnak az eredménye, hogy korábban nem látott gazdasági és politikai integráció valósult meg a Duna menti országokban. A biztonsági helyzet és a határok átjárhatósága soha korábban nem mutatott ilyen kedvező képet. Bár léteznek az egyes országok között nézeteltérések, rendezetlen viták, de a 21. században sem katonai konfliktus, sem katonai eszközökkel történő nyomásgyakorlás nem volt tapasztalható a térségben.

Ezt a kedvező állapotot teszi próbára a 2022-ben kirobbant orosz-ukrán háború, amely ugyan rámutatott a lehetséges töréspontokra (lengyel-magyar viszonylat, Szerbia külön utas biztonságpolitikája), ugyanakkor nyílt szembefordulásra, háborús fenyegetésre a térség országai között nem került sor. A határok átjárhatóságában pedig átmenetileg komoly fennakadás okozott a COVID-19 világjárvány, amely komoly biztonsági kockázatokat is hordozott és szintén próbára tette az államközi kapcsolatokat is.

Összefoglalva egy nagyon kedvező két évtizedes folyamat lezárásának tekinthető a 2019-es világjárvány és a 2022-es orosz-ukrán háború. Sajnos a folyamat Szerbia EU csatlakozásának és a schengeni övezet kiterjesztésének elmaradása miatt félbe szakadt és félő, hogy már ebben

a formában nem is tud megvalósulni. A dunai szállodahajózás fejlődésének egyik alapvető feltételének tartom a vázolt integrációs folyamatot. A teljes forgalom egyértelmű növekedésére is befolyásoló tényezőként hatott (1. ábra), de még a folyó szakaszok forgalmi adatai közötti eltérések részbeni okaként is azonosítható (2. ábra).

### ***Környezeti kihívások a dunai hajózás esetében***

A klímaváltozás elsősorban a csapadék mennyisége és eloszlása, valamint a felmelegedés együttesen rendkívül komoly kihívások elé állítják a dunai hajózást. Ismert globális probléma a gleccserek visszahúzódása és a magas hegységek hóborítottságának csökkenése, a hóolvadás folyamatának felgyorsulása. Ezek együttesen, a Duna vízgyűjtő területén, az Alpok és a Kárpátok víztározási kapacitásának és a folyók vízállásra gyakorolt kiegyenlítő hatása ellen ható tényezők. A kívánatos egyenletes vízhozam helyett gyakrabban fordulnak elő árhullámok és alacsony vízállások a folyón. (4. ábra) Ezek kiegyenlítésére a meglévő vízlépcsők, gátak csak korlátozott mértékben alkalmasak, nem utolsósorban azért, mert nem alkotnak egységes a folyó egészét átfogó rendszert.

A Középső-szakaszon (Nagymaros és Baja szelvényben) hidrológiai statisztikai módszerekkel vizsgálták az 1930-2013 időszakban a vízjárás szélsőségeségét (évi maximális és minimális vízállások és évi maximális és minimális vízhozamok aránya alapján). A vízállás szélsőségesége a vizsgált időszakban emelkedő tendenciát mutat, ami az utolsó két évtizedben (1992-2013) még erősebb emelkedő tendencia figyelhető meg. A vízhozamok változására jellemző, hogy a vizsgált időszak első fele (1930-1971) eltérő képet mutat a második időszaktól (1972-2013), míg az első 42 évben kis mértékű volt a változás, a második időintervallumban számottevő mértékű a vízhozam növekedés (KONECSNY 2014).

8. ábra: Alacsony vízállás a Sugovicán a Petőfi-hídnál Baján, 2018.10.20.

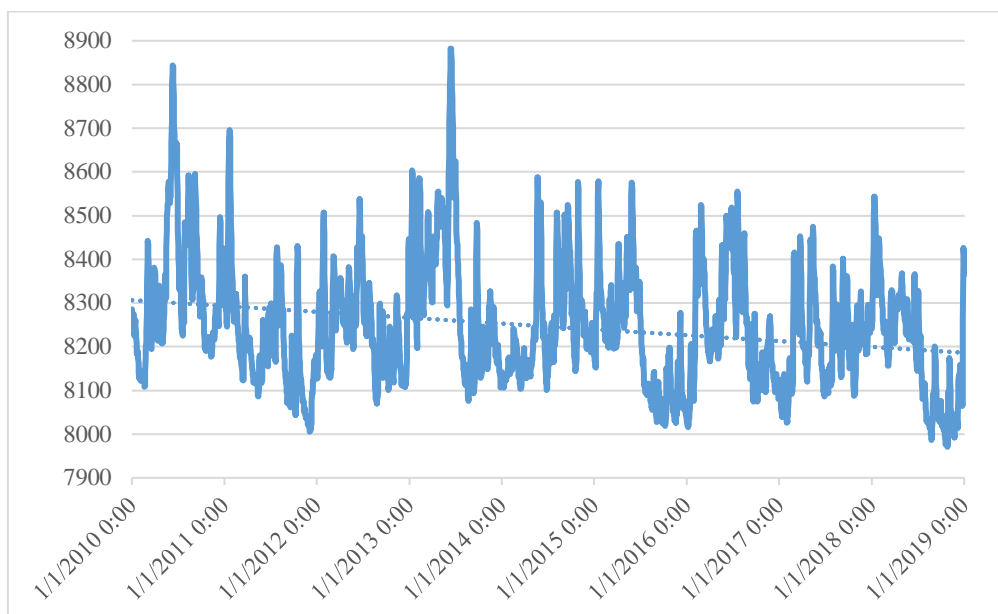


*Forrás: A szerző felvétele*

A Duna vízállás adatait vizsgálva az említett problémák tényszerűen kerülnek bemutatásra, a napi vízállási adatok alapján készült grafikonon láthatjuk, milyen szélsőséges változások mennek végbe, illetve, hogy visszatérnek a tartósan alacsony vízállások. (5. ábra) A lineáris trendvonal elég határozottan jelzi a vízállás csökkenését, amit a vízhozam mellett a meder mélyülése is befolyásolhat. A hajózás száma szükséges 25 dm-es vízállás a vizsgált időszakban

tartósan nem állt rendelkezése 2012-ben, 2016-ban, 2017-ben és 2018-ben sem. Eközben 2010 és 2013 júniusában két nagyon jelentős, történelmi árvize vonult le a folyón.

9. ábra: A Duna vízállása Mohácsnál (cmBF 7920)

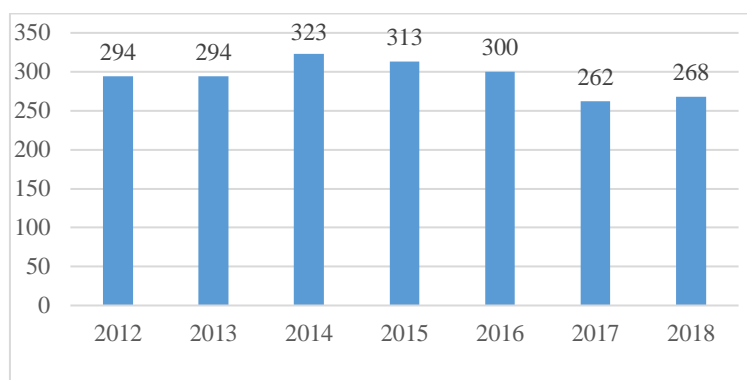


*Forrás: BAJAI VÍZÜGYI IGAZGATÓSÁG adatai alapján 2010.01.01.-2018.12.31.*

Amennyiben azt vizsgáljuk, hogy az elmúlt években hogyan változott a hajózható napok száma, akkor megállapítható, hogy a nagyjából 300 nap van egy évben, amikor a folyó teljes hosszában akadálytalanul hajózható (6. ábra). A hajózási akadályok leggyakrabban az alacsony vízállás miatt keletkeznek, de lehet okuk a túl magas vízállás (pl. hidak alatti elhaladás miatt), valamilyen technikai probléma (vízlépcsők működése), esetleg a közlekedés biztonságát veszélyeztető tényező (robbanószer kiemelése).

Fontos, hogy ilyenkor sem áll le a teljes folyón a hajózás, mert ez általában csak egyes szakaszokat érint és a teherszállítás többségében országon belüli vagy a szomszédos országokba irányul. A tartósan alacsony vízállás azért is problémás, mert ez elhúzódó és a folyó jelentős szakaszát érintő problémát okozhat.

10. ábra: Korlátlanul hajózható napok száma a Dunán 2012-2018



*Forrás: Saját szerkesztés VIA DONAU alapján*

### **A vidéki térségek bevonásának lehetősége a dunai szállodahajó turizmusba**

A dunai szállodahajózás esetében a már ismertetett, célcsoport által támasztott igények miatt, nehéz vidéki térségeket bevonni új desztinációként. A gyors és akadálymentes elérhetőség, a



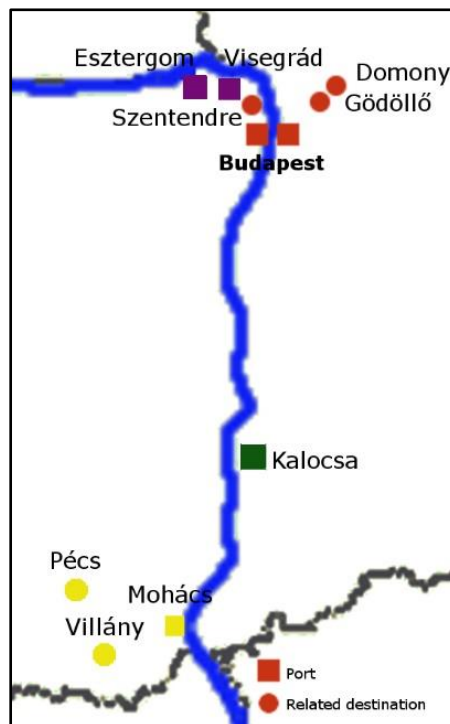
magas színvonalú és megfelelő kapacitást biztosító szolgáltatások kialakítása és fenntartása még a nagyvárosi desztinációkban is kihívást jelent. A megfelelő attrakciók megléte is megkérdőjelezhető, hiszen a vidéki természeti és kulturális örökség nem minden esetben illeszkedik a hajóút tematikájába.

Magyarország esetét vizsgálva, a 2020-ra tervezett utak programjának feldolgozása azt mutatja, hogy Budapest és környéke egyértelműen felül reprezentált. Esztergom és Visegrád kikötőként jelenik meg, természetesen nem ugyanazon hajóutakban. Közvetlenül kikötővel nem rendelkező programhelyszíneként Szentendre és Gödöllő kulturális kínálat mellett Domony, lovas és gasztronómiai programokkal várta a turistákat.

Budapest alatt a Dunán még két helyszín jelenik meg, az egyik Kalocsa, amely saját kikötővel rendelkezik és a fő attrakció a keresztény kulturális örökség bemutatása (érseki palota). Mohács kikötője a pécsi keresztény kulturális örökség (ókeresztény sírkamrák, székesegyház, püspöki palota és pincészet) kiszolgálását teszi lehetővé, ehhez a programhoz tudott csatlakozni néhány hajút esetében Villány gasztronómiai kínálatával.

A fentiekből látható, hogy a vidéki helyszínek elsősorban kulturális örökségük révén tudtak csatlakozni, ezen belül is a keresztény, kiemelten a római katolikus emlékek bemutatásával. Ennek oka, hogy az egyik első hajózási társaság, amely megjelent az országban, erre a tematikára építette útjait. A vidéki térségek egyik erőssége a természeti látnivalók teljesen hiányoznak a parti programokból, ezek magas színvonalú bemutatása igen nehéz feladat, ugyanakkor a hajókról számos folyóközeli természeti látnivaló kiválóan élvezhető és bemutatható. Új helyszíneként, desztinációként bekerülni a hajótársaságok kínálatába komoly kihívást jelent, ugyanakkor a dolgozatban vázolt kihívások ugyanolyan mértékben befolyásolják a vidéki helyszínek turizmusának fenntarthatóságát, amennyiben a szállodahajózáshoz kötődnek.

11. ábra: A magyarországi Duna szakasz által érintett kikötők (négyzet) és program helyszínek (kör), 2020



Forrás: Saját szerkesztés

## Összefoglalás

Összeségében megállapítható, hogy a személyszállítási ágazat az elmúlt két évtizedben dinamikus növekedést produkált, amely valamennyi mutatójában megmutatkozott. Bővült a hajók száma, új építésű hajók is megjelentek, növekedett az üzemeltető cégek száma, a programok és természetesen az utasok száma is. Ez érezhető hajózási forgalomnövekedést mutatott, ami elsősorban a Felső-és Középső-szakaszon jelentkezett. Fontos, hogy ez a trend ellentétes irányú a dunai teherszállítás csökkenő volumenével, az ágazat gazdasági dinamikájával, a flotta összetételével és a hajóforgalom térbeli megoszlásával is, mivel a teherhajózás bővülése az Alsó-szakaszon volt megfigyelhető.

A dunai szállodahajózás fejlődésének egyik alapvető feltételének tartom az EU és NATO integrációs folyamatot. A teljes forgalom egyértelmű növekedésére is befolyásoló tényezőként hatott, de még a folyó szakaszok forgalmi adatai közötti eltérések részbeni okaként is azonosítható. A gazdasági és politikai stabilitást eredményező kedvező két évtizedes folyamat lezárásának tekinthető a 2019-es világjárvány és a 2022-es orosz-ukrán háború, amelyek komoly akadályai a fejlődés folytatódásának. A határok átjárhatóságában pedig átmenetileg komoly fennakadás okozott a COVID-19 világjárvány, amely komoly biztonsági kockázatokat is hordozott és szintén próbára tette az államközi kapcsolatokat is.

A Duna vízállás adatait vizsgálva látszik, hogy szélsőséges változások mennek végbe, az árhullámok gyorsan vonulnak le és gyakran visszatérnek a tartósan alacsony vízállások. A vízállás szélsőségessége növekszik, ráadásul egyre erősebben emelkedő tendencia figyelhető meg. Az alacsony vízállás és a vízhőmérsékletből adódó problémák elsősorban a nyári időszakban jelentkeznek. A klímaváltozás nagyon jelentős hatással van a dunai hajózásra, ami az elkövetkező évtizedekben várhatóan csak fokozódik és komoly fenyegetést jelent az ágazat működőképességére.

A vidéki helyszínek bevonása a dunai szállodahajózás programkínálatába csak korlátozott mértékben lehetséges. Magyarországon kevés, meghatározott tematikához kapcsolódó vidéki helyszín tudott bekerülni a kínálatba. Ugyanakkor a vázolt kihívások a teljes ágazatot érintik, ezekkel szemben a vidéki helyszínek sem jelentenek megoldást.

## Irodalomjegyzék

ANGHELUȚĂ, C. M. – PERIJOC, S. – PRESURA, A. (2019): *Retrofitting of Danube vessels for a green and efficient fleet*. Annals of "Dunarea de Jos" University of Galati. Fascicle XI Shipbuilding, 8 p. <http://www.gup.ugal.ro/ugaljournals/index.php/fanship/article/view/2506> (Last accessed: 29/5/2020)

BEUTHEA, M. – JOURQUINA, B. – URBAINA, N. – LINGEMANN, I. – UBBELS, B. (2014): Climate change impacts on transport on the Rhine and Danube: A multimodal approach, *Transportation Research Part D: Transport and Environment* 27: pp. 6-11.

CCNR (2019): *Annual Report 2019*, Inland Navigation in Europe, Market Observation, Strasbourg, 136 p.

CCNR (2021): *Annual Report 2021*, Inland Navigation in Europe, Market Observation, Strasbourg, 136 p.

CSETE, M. – SZÉCSI, N. (2015): The role of tourism management in adaptation to climate change – a study of a European inland area with a diversified tourism supply *JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM* 23(3): pp. 477-496, 20 p.

- GONDA, T. – RAFFAY, Z. (2021): A fogyatékosokkal élők utazási szokásai, *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(1): pp. 20-38, 19 p.
- GONDA, T. (2022): *Alternatív turizmus: Környezettudatosság és felelősségteljeség a turizmusban*. Budapest, Magyarország: Akadémiai Kiadó, ISBN: 9789634547686
- GLOCK, K. – TRITTHART, M. – GMEINER, P. – PESSENLEHNER, S. – HABERSACK, H. (2019): Evaluation of engineering measures on the Danube based on numerical analysis, *Journal of Applied Water Engineering and Research*, 7(1): pp. 48-66.
- HABERSACK, H. – HEINBC, T. – STANICAD, A. – LISKA, I. – MAIR, R. – JÄGER, E. – HAUER, C. – BRADLEY C. (2016): Challenges of river basin management: Current status of, and prospects for, the River Danube from a river engineering perspective, *Science of The Total Environment* 543A: pp. 828-845.
- JÁSZBERÉNYI, M. (2018): A turizmus a belvízi és tengeri hajózásban, In: JÁSZBERÉNYI, M. – MUNKÁCSY, A. (szerk.): *Közlekedés, mobilitás, turizmus*, Budapest, Magyarország, Akadémiai Kiadó, Link: [https://mersz.hu/dokumentum/dj316kmt\\_\\_1](https://mersz.hu/dokumentum/dj316kmt__1)
- JÁSZBERÉNYI, M. (2019): *Vízi turizmus és közlekedés: termékek, trendek, regionalitás*, Budapest, Magyarország: Akadémiai Kiadó, Link: <https://mersz.hu/kiadvany/522>
- JÁSZBERÉNYI, M. – MISKOLCZI, M. (2019): A dunai szállodahajózás élményigérete és regionális hatása. In: MUNKÁCSY, A. – JÁSZBERÉNYI, M. (szerk.): *Utazás a tudományban: Innováció a közlekedésben*, Szakmai-tudományos konferencia: Konferenciakötet Budapest, Magyarország : Budapesti Corvinus Egyetem, pp. 34-37, 4 p.
- KONECSNY, K. (2014): *A vízjárás szélsőségei néhány jellemzője a Duna magyarországi szakaszán*. A Magyar Hidrológiai Társaság által rendezett 32. Országos Vándorgyűlés dolgozatai, 16 p.
- KRESOJEVIĆ, M. M. – BAKRAČ, S. T. – RANĐELOVIĆ, A. J. – STOŠIĆ, D. N. (2019): Sustainable navigation by the Danube: Law regulations, problems and proposals. *Vojno delo*, 71(5): pp. 135-142.
- MISKOLCZI, M. – JÁSZBERÉNYI, M. – MUNKÁCSY, A. – NAGY, D. (2020): Accessibility of major Central and Eastern European cities in Danube cruise tourism, *DEUROPE: CENTRAL EUROPEAN JOURNAL OF TOURISM AND REGIONAL DEVELOPMENT* 12(3): pp. 133-150, 18 p.
- NAGY, D. (2016): A turizmus vidékfejlesztési hatásai a magyarországi Alsó-Duna-völgyben, *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 1(3): pp. 43-59, 17 p.
- PÓKÓ, N. (2018): Tourism among the danube river, examples from the black forest to the black sea, In: KUPI, M. –PRINTZ-MARKÓ, E. – IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS.(szerk.) „Út” a XXI. században : IX. Nemzetközi Turizmus Konferencia Tanulmányok, Győr, Magyarország : Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar (2018) pp. 88-102, 15 p.
- PÓKÓ, N. (2019): Folyami turizmus, mint turisztikai termék pozícionálása a Duna példáján, In: HORVÁTH, B. – KÁPOLNAI, Z. – FÖLDI, P. (szerk.): *Közgazdász Doktoranduszok és Kutatók V. Nemzetközi Téli Konferenciája*: Konferenciakötet Gödöllő, Magyarország: Doktoranduszok Országos Szövetsége (DOSZ) pp. 500-507, 8 p.
- PÓKÓ, N. (2021): Reziliencia a szállodahajó-turizmusban, *Turizmus Bulletin* 21(3): pp. 44-53, 10 p.
- RAFFAY, Z. – GONDA, T. (2020): Az akadálymentes turizmus innovatív jó gyakorlata, *Modern Geográfia* 2020(4): pp. 1-14, 14 p.

STAGL, J. C. – HATTERMANN, F. (2016): Impacts of Climate Change on Riverine Ecosystems: Alterations of Ecologically Relevant Flow Dynamics in the Danube River and Its Major Tributaries, *Water* 8(12): p. 34. DOI: 10.3390/w8120566

# ÉRTÉK, KÖZÖSSÉG, KÖZÖSSÉGI BORMÁRKÁK A PANNON BORRÉGIÓBAN

*Máté Andrea*

*Ph.D, tanszékvezető, adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar; mate.andrea@pte.hu*

## **Absztrakt**

A vidéki örökségünk meghatározó értékei a hazai borvidékek. Egy versenyképes borvidékhez nemcsak minőségi termékek kellene, hanem a borászok szakmai együttműködése is. Az elmúlt időszakban két trend látszik kibontakozni a bormárkák építésében. A kis és közepes borászati vállalkozásoknál fontos szerepe van a személyes márképítésnek. Ezek mellett azonban megfigyelhető a közösségi bormárkák építése is. Ezek kötődhetnek borvidékhez vagy borrégióhoz is.

Pannon borrégió számos közösségi bormárkával rendelkezik, amelyek a Szekszárdi, a Pécsi és a Villányi borvidékhez köthetőek. A tanulmányban áttekintjük a Pannon borrégió hagyományos és új közösségi bormárkáinak jellemzőit. Megvizsgáljuk, hogy ezek a közösségi bormárkák mennyire jelennek meg a borvidéki termékleírásokban, milyen mértékű a technológiai és arculati kidolgozottságuk. Áttekintjük, hogy mennyire kapcsolódik össze a borvidék turisztikai kínálatával.

*Kulcsszavak: Szekszárdi Bikavér, Fuxli, Déli fény, Egyéjszakás, Redy, Villányi Franc*

## **Abstract**

Wine regions are decisive value of our rural heritage. Professional cooperation of winemakers and their quality products required to be a competitive wine region. There are two new trends started from near past to build wine brands. Small and mid-sized wineries are using personal connections to build their brand. Another option is to build brands on communities what is connecting to single or multiple wine regions.

The Pannon wine region have several community wine brands which are localized in Szekszárd, Pécs or Villány. We will get an overview in this study from Pannon wine region's traditional and community wine brands. The research also give some information about how community wine brands appears in wine region's product descriptions, how elaborated the technology and image of wines. At last, take a look on how wine branding is connecting to wine region's tourist offers.

*Keywords: "Szekszárdi Bikavér", „Fuxli”, „Déli fény”, „Egyéjszakás”, „Redy”, „Villányi Franc”*

## **Bevezetés**

A vidéki örökségünk meghatározó értékei a hazai borvidékek, a magyar borkultúra ezeréves öröksége. Az elmúlt évtizedekben jelentős változásokat tapasztalhatunk a hazai szőlészetben borászatban. Megújult a technológia, átalakult a termékkínálat, és egyre meghatározóbb szerepe lett a bormarketingnek.

A Pannon borrhégiót négy borvidék alkotja: Szekszárdi, Tolnai, Pécsi, Villányi borvidék. A rendszerváltozás után a fogyasztási trendek a vörösbortermelő borvidékeknek kedveztek. Mindez elősegítette a Villányi borvidék majd a Szekszárdi borvidék fejlődését, szakmai sikereit. A Villányi borvidék négyszer szerezte meg az „Év bortermelője” címet, majd a Szekszárdi borvidék átvette a vezető helyet az öt elismeréssel. Azonban a Pécsi és a Tolnai borvidéknek mindeddig nem sikerült ilyen szakmai elismerést elnyernie.

A Pannon borrhégióban nem ismeretlen a közösségi bormárkák kialakítása. Bevezetésük, sikerük és szabályozottságuk változó mértékű (GERI 2021, MÁTÉ 2019, 2015, MÁTÉ et al. 2015).

Az új közösségi bormárkák helyi civil kezdeményezéseken alapulnak. Eleinte a borrendek vagy a borúti egyesületek (Szekszárdi, Tolnai, Villány-Siklósi, Pécs-Mecseki) töltötték be a borvidékeken a kezdeményező szerepet. Jelenleg a borászokból szerveződő szakmai összefogások (Pannon Bormíves Céh, Szekszárdi Borászok Céhe, Pécsi Összhang Egyesület) vagy bormarketing szervezetek (Szekszárd Borvidék Kht., Tenkes Borvidékfejlesztő Nonprofit Kft.) képviselik az innovációs erőt (ANGLER 2016, GONDA et al. 2017, 2016, OROSZI et al. 2015, KOVÁCS et al. 2015, MÁTÉ 2011).

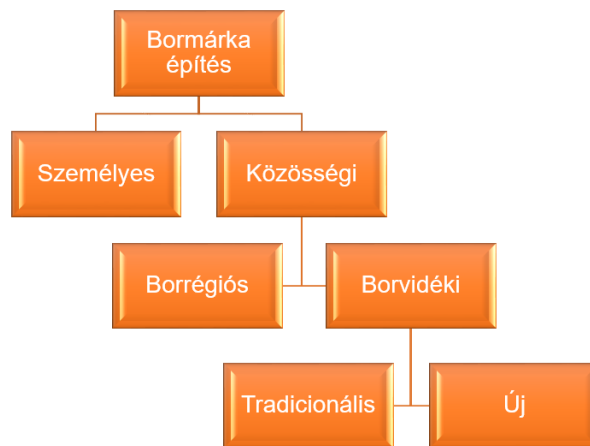
### **1. Kutatási módszerek, célkitűzések**

Az európai uniós elvárásoknak köszönhetően készültek el 2012-re az első borvidéki termék-leírások, amelyeket többször módosítottak azóta a borvidékek. A termék-leírás fogalmazza meg a borvidéki termékekre alkalmazandó termelési, feldolgozási, érlelési, kizserelési és arculati leírásokat. A Szekszárdi borvidék kétszer, a Pécsi borvidék egyszer, míg a Villányi borvidék már négyszer módosította a termék-leírását. A kutatásunkban megvizsgáljuk, hogy a Szekszárdi, a Pécsi és Villányi borvidék termék-leírásaiban milyen mélységben kerültek kidolgozásra a közösségi bormárkák. Áttekintjük a közösségi bormárkák kialakításának céljait, a készítés szabályait, az arculat-építés elemeit, és kapcsolatát a borvidék turisztikai kínálatával. A közösségi bormárkák életképességében fontos szerepet játszik, hogy helyi termelői közösség mennyire támogatja a kezdeményezést és mennyire tudták ismertté tenni fogyasztók körében.

### **2. A közösségi bormárka értelmezése**

A borászat területén számos bormárka építésére van lehetőség. Kapcsolódhat a földrajzi eredet valamelyik területi egységéhez, a bortermékhez vagy a borász személyéhez. Napjainkban a fogyasztói igények miatt nagyon erőteljes a személyes márka építése. (<https://bor.hu/>) Gyorsabban és olcsóbban hozhat eredményt a személyes márka, viszont csak akkor működik, ha a borász tudja biztosítani hozzá a személyes jelenlétét is. A termék márka építése lassabb folyamat, hiszen a fogyasztót személyes kötődés helyett az arculatnak és a csomagolásnak kell meggyőznie. Tehát a közösségi bormárkák építése is idő- és költségigényes lesz. (1. ábra)

### 1. ábra: A közösségi bormárka építés



*Forrás: Saját szerkesztés*

A közösségi bormárkák kötődhetnek borvidék vagy borrégió termelőinek az önkéntes összefogásához. A kezdeményezés mögé gyakran a borászok helyi szakmai civilszervezete áll (1. ábra). A közösségi bormárka meghatározott termelési, érlelési, arculati szabályok alapján készülhet. A bortermék célja, hogy stabil minőséget, mennyiséget és a területre jellemző borstílust alakítson ki.

A közösségi bormárka kezdeményezés jó példa arra, hogy a pincészetek nemcsak konkurenciát látnak egymásban, hanem együttműködő partnereket is. Képesek a közös borvidéki érdekeket az egyéni érdekeik elé helyezni. Azonban az együttműködés hosszútávon nemcsak az egész borvidék számára, hanem a pincészetek számára is hozhat gazdasági előnyöket (GERI 2021, HAJDU 2005, HALL – MITCHELL 2008, MÁTÉ 2019, MÁTÉ et al. 2015, NAGY 2017).

A Pannon borrégióban a Szekszárdi, a Pécsi és a Villányi borvidékhez kapcsolódik két-két közösségi bormárka. (1. táblázat) Ezek közül a Szekszárdi Bikavér tekint vissza a legrégebbi múltra, amelyet ma már tradicionális közösségi bormárkának tekinthetünk. Az Európa Unió szabályozás előtt már évtizedekkel a hazai bortörvények szigorúan szabályozták előállítását. Míg a többi új közösségi bormárkák alulról jövő kezdeményezések hatására jöttek létre, melynek szabályozását a helyi közösség alakította ki (GONDA et al. 2016, KOVÁCS et al. 2015, MÁTÉ – BAYERLE 2021a, 2021b, 2020, 2018, 2017).

1. táblázat: Közösségi bormárkák a Pannon borrégióban

Közösségi bormárka	Szekszárdi borvidék	Pécsi borvidék	Villányi borvidék
tradicionális	Bikavér		
új	Fuxli	Déli Egyéjszakás	Fény, Villányi Franc, Redy

*Forrás: Saját szerkesztés*

### 3. A Pécsi borvidék közösségi bormárkái

A Pécsi borvidék közösségi bormárkái a Pécsi Összhang Egyesület kezdeményezésére jöttek létre (2. ábra). Az egyesület célja, hogy a Pécsi borvidék termelőit összefogják és szakmai közösséggé kovácsolják, a pécsi borok piaci helyzetén, a jelenlegi kínálatán és keresletén javítsanak, megőrizték a borvidék természeti, kulturális, gasztronómiai és termelési hagyományait, kialakítsák a Pécsi borvidék egységes arculatát és bormarketing stratégiáját.

Számos esemény szervezésében működött közre az egyesület: a Bor-Mámor Pécs, a Pécsi Borfarsang és a Borversenyek Best of Pécs. (<https://www.facebook.com/PecsiOsszhang>, ex verb. Fehérváry-Gál László, „BORI” 2019, GYÓRFFY 2018).

2. ábra: A Pécsi Összhang Egyesület logója



*Forrás: <https://www.facebook.com/PecsiOsszhang/>*

A Pécsi borvidéket a köztudatban fehérboros borvidéknek tartják, amelyhez a Cirfandli szőlőfajta kötődik. Azonban a Cirfandli termesztési nehézsége és kis mennyisége miatt nem biztosít stabil megélhetést a helyi borászoknak. Ezért szükség van olyan termékekre, amelyek nagyobb és stabilabb piaci mennyiségre képesek. A Pécsi Összhang Egyesület kezdeményezésére született meg a „Déli Fény” és az „Egyéjszakás” rozé közösségi bormárka, amelyekhez egységes címkearculatot alakítottak ki. (3. és 4. ábra). A „Déli Fény” és az „Egyéjszakás” borok azonos címkearculatot a pincészetek szimbólumai teszik egyedivé.

Azonban ezek a közösségi bormárkák nem kerültek be a borvidék termékleírásába (PÉCS 2012, 2016). Bár az egyesület több Boros rendezvény szervezője, közvetlenül a közösségi bormárkákhoz kapcsolható turisztikai programot, népszerűsítő eseményt nem alakította ki (MÁTÉ – BAYERLE 2021a, b, 2020).

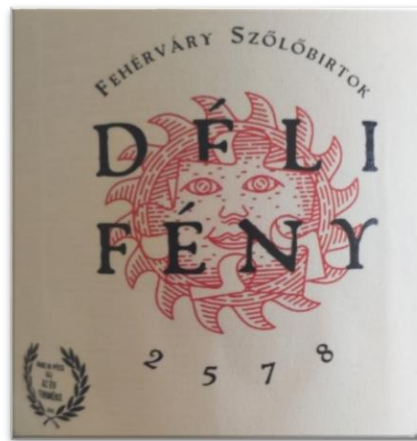
### **3.1. A „Déli Fény”**

Az ötlet 2017-ben született, amely egy fehér szőlőfajtából készülő Cuvée. Először öt termelő készítette el, sajnos ma már csak hárman viszik tovább a kezdeményezést. A „Déli Fény 2578” volt az első, amely palackba került (3. ábra). A szüret évének kimagaslóan magas 2578 napsütéses óráinak számára utal. A bor címkéjének a számjelzése mindig a szüreti év napsütéses óráit mutatja. A bormárka egységes arculatához a Nap szimbólum kapcsolódik. A cél egy friss üde jellegű, virág- és gyümölcsillatokat, ízeket magában hordozó száraz fehérbor. A borban egyetlen szőlőfajta illetve a fahordós érlelés jellege sem lehet domináns. A cuvée legalább három borfajta házasításából kell készíteni, amelyek aránya külön-külön 5-50% között lehet. A Cirfandli, Cserszegi fűszeres, Csomorika, Furmint, Hárslevelű, Irsai Olivér, Juhfark, Királyleányka, Olaszrizling, Zengő, Zenit fajták valamelyikének a használata kötelező. Ezekből a fajtákból együttesen legalább 50%-ban kell lennie a házasításban. A Cserszegi fűszeres, Irsai Olivér, Ottonel Muskotály, Tramini fajták borának házasítási aránya külön-külön és együttesen sem haladhatja meg a 25%-ot. A szőlőt a szüret napján kell feldolgozni és a bort legkorábban a szüretet követő év január 15-én lehet forgalomba hozni (MÁTÉ – BAYERLE 2021a, b, 2020).

A „Déli Fény” 2018-ban elnyerte a „Made in Pécs díj: Az év terméke” díjat, amely fontos elismerés volt a borvidék számára (ex verb. Fehérváry-Gál László, GYÓRFFY 2018, „BORI” 2019).



3. ábra: A „Déli Fény 2578” címke arculata és a 2018-ban elnyert „Made in Pécs díj”

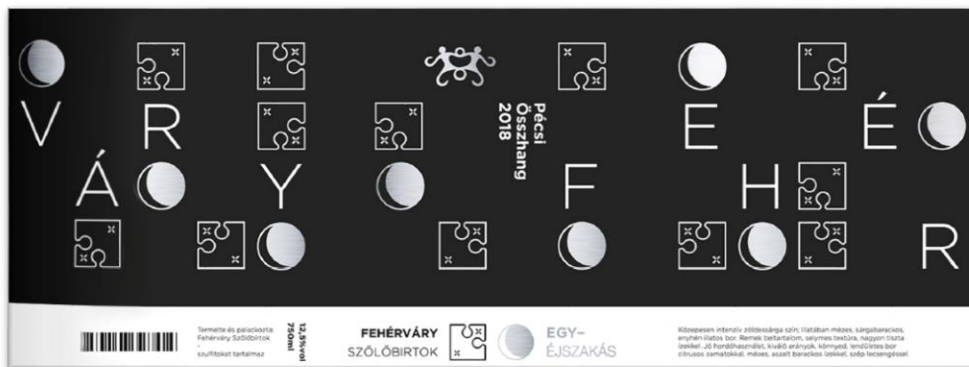


Forrás: <https://www.facebook.com/fehervarybor>

### 3.2. Az „Egyéjszakás” rozé

Az egyesület másik kezdeményezése az „Egyéjszakás” nevet viselő rozé lett. A kifejezés az egy éjszakán át tartó héjon áztatásra utal. Innen származik a címke Hold szimbóluma. A cél egy tartalmasabb, mélyebb színű rozé bor (4. ábra). Ezzel az eljárással a rozé és siller határán mozgó, siller színű, de inkább rozéra jellemző gyümölcsös jegyeket hordozó bor született. Azonban míg a rozé széles közönséget tud megszólítani, addig a siller jellegű borokkal csak szűkebb közönség érdeklődését lehet felkelteni. A bormárka mögött kevésbé kiforrott koncepció áll és csak kevés borász (Radó, Schunk, Fehérvári, Szabó, Planina) kísérletezik vele (GYÖRFFY 2018, ex. verb. Fehérvári-Gál László, MÁTÉ – BAYERLE 2021a, b, 2020).

4. ábra: Az „Egyéjszakás” rozé címkearculata a Fehérvári Pince példáján



Forrás: PÉCSI ÖSSZHANG EGYESÜLET 2018

## 4. A Szekszárdi borvidék közösségi bormárkái

A Szekszárdi borvidéken két közösségi bormárka van jelen. A tradicionális Szekszárdi Bikavér múltja a XIX. század közepéig nyúlik vissza. Míg a Fuxli egy fiatal mindössze 10 éves kezdeményezés, azonban a háttérben lévő sillerkészítés szintén a hagyományokra épít. A két bormárka közül csak a Bikavér leírása található meg a Szekszárdi termékleírásban, amely a módosítások révén egyre pontosabb szabályozást kapott. A Bikavér népszerűsítéséhez helyi és budapesti rendezvények is kapcsolódnak, amelyek teljesen hiányoznak a Fuxli esetében (MÁTÉ 2015, MÁTÉ et al. 2015, SZEKSZÁRD 2018, 2016, 2012, <https://szekszardibor.com/>).

#### 4.1. A „Szekszárdi Bikavér”

A Bikavér az Egri és a Szekszárdi borvidék tradicionális borházásítása (cuvée), melynek bortörténeti fejlődése hosszú múltra tekint vissza, és napjainkban újabb kihívások elé néz. A Bikavér legendái a középkorba, a tudatos termelés előzményei a XIX. századba vezetnek vissza. A szocializmusban indult el a tömegtermelés és a minőségvesztés útján. Napjainkban a termelők azon dolgoznak, hogy helyreállítsák a bormárka megbecsülését, és javítsanak a borpiaci pozícióján, ennek érdekében a borkészítés szabályozását is szigorították. A Bikavér kedvezőbb megítélésében fontos szerepe lehet a borturizmusnak és a két borvidék által kialakított népszerűsítő rendezvényeknek (MÁTÉ 2018, 2017, 2015, 2008, 2003, MÁTÉ et al. 2015).

A Bikavér készítése a Szekszárdi borvidék dűlőinek eltérő természeti adottságaira vezethető vissza. A különböző adottságú, fekvésű, mikroklimájú dűlők eltérő minőségű, fajtájú terméseit együtt feldolgozva optimális minőségű bort készíthettek a gazdák. A XIX. század végéig szinte kizárólag a Kadarka és annak változatai jelentették a vörösbor alapanyagát. A szocializmus időszakában a nagyüzemi termelés bevezetésével a tömegtermelésre alkalmatlan Kadarka kiszorult az ültetvényekből, és a helyét a Kékfrankos vette át, így ma már a Bikavér alapját a Kadarka helyett a Kékfrankos adja. Az érlelés módszere is megváltozott, az 1970-es évekig a Bikavér fahordós érleléssel készült, azonban 1970 és 1990 között a tömegtermelés igényeit kielégítő fémtartályos tárolás terjedt el a nagyüzemekben (MÁTÉ 2003, 2008, 2015).

A 2012-es borvidéki termékleírás alapján legalább három borfajta házasításával készülhetett a Szekszárdi Bikavér, amelyben a Kadarka és Kékfrankos fajták kötelező együttes aránya legalább 40% volt. Ezt a 2016-os termékleírás jelentős mértékben szigorította és pontosította.

Legalább négy borfajta házasítását írta elő a Bikavért készítésénél, és a kötelező Kékfrankos (min. 45%) és Kadarka (min. 5%) arányt megnövelték, és maximálták a világfajták arányát (max. 40% Merlot, Cabernet franc, Cabernet sauvignon). A minimum 1 éves fahordós érlelés kötelező elvárás maradt, azonban markáns barrique-os ízjegyek nem dominálhatnak a cuvéeben. A 2012-es termékleírásban megszületett a Szekszárdi Bikavér prémium változata is, amelyre még szigorúbb szabályozás és jelentős terméskorlátozás érvényes.

A Szekszárdi Bikavér kizárólag üvegpalackban értékesíthető, amely címkéjén a bikaalak, bikafej, vagy erre emlékeztető figurát ábrázoló kép csak az alap Bikavéreknél használható a Prémium Bikavéreknél nem. A bikavér szó idegen nyelven, vagy bármilyen, a bikavérre utaló magyar vagy idegen nyelvű kifejezés nem jelölhető. Ezen keretek betartása mellett minden pincészetnek saját titkos receptje van a Bikavér készítésére (MÁTÉ 2018, MÁTÉ et al. 2015, SZEKSZÁRD 2018, 2016, 2012).

A Szekszárdi Bikavér bortípus karaktere tehát egyértelműen nem bordeaux-i házasítás, nem tannin hangsúlyos bor. A bormárka hiteles magyar, Kárpát-medencei szőlőfajtákra (Kékfrankos gerinc, némi Kadarkával fűszerezve) alapoz, amelyet a világfajták (Merlot, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon) nemesítenek, gazdagítanak, és a borvidékek eltérő természeti adottságai adják az egyedi karakterét, a komplexitását. Összességében tartalmas, gyümölcsös, elegáns házasítás lesz, amely értékes kísérője lehet a magyar vagy a nemzetközi konyha remekeinek (ex. verb. Heimann Zoltán, MÁTÉ 2018).

Napjaink Bikavér borai már nem a szocializmusban tömegesen termelt kommersz termékei, azonban a fogyasztókat meg kell győzni erről. A Bikavér újrapozicionálásához szükség van olyan *rendezvényekre*, amelyek közel hozzák a fogyasztókhoz a Bikavér értékes arcát. Ehhez kellenek a rendezvények, a bortúrák, a borturizmus.

### ***Bikavér Borongoló, Szekszárd***

A Szekszárdi borvidéken sikeresen működő Iván-völgyi kadarka túra adta a mintát a Bikavérre épülő újabb túra kialakításához. Mivel Szekszárd nem rendelkezik olyan összefüggő pince együttesel, mint Eger-Szépasszony-völgy, vagy pincefalival, mint Villány, így a Szekszárdi-dombság változatos, löszformákkal díszített felszíni formáit, szőlőültetvényeit megismertető túraútvonalak adják az autentikus élményt a látogatóknak. 2017 áprilisában első alkalommal rendezték meg a Bikavér Borongoló túrát Szekszárd északi részén, amely azt a célt tűzte zászlajára, hogy a Kadarka mellett a Bikavért is népszerűsítse szőlőültetvényeket bejáró pincetúrák keretében. Az egynapos rendezvény előzetes jegyvásárláshoz kötött, mivel a túraútvonal befogadóképessége korlátozott (max. 500 fő). A belépőjegy ára tartalmaz egy poharat, 20 bor kóstolását (azaz 2-2 bort pincészetenként), minden helyszínen helyi alapanyagokból készített falatokat, valamint az ingyenes buszjáratot. A rendezvény saját honlappal és Facebook oldallal rendelkezik, amely biztosítja a korszerű információhoz jutást, a rendezvényre jelentkezést és a vendégek széles körű megszólítását. Az esemény logója egy bika formával szimbolizálja a bortúra állomásait (5. ábra) (ANGLER, 2016, GONDA et al. 2017, OROSZ et al. 2015, MÁTÉ 2018, <https://www.facebook.com/bikaverborongolo/>, <http://bikaverborongolo.hu/>).

5. ábra: A Szekszárdi Bikavér Borongoló és az Eger-Szekszárd Bikavér Párbaj logója



*Forrás: <http://bikaverborongolo.hu/>, <https://www.facebook.com/bikaverparbaj>*

### ***Eger-Szekszárd Bikavér Párbaj, Budapest***

Eger-Szekszárd Bikavér Párbaj mottója: „Eger és Szekszárd, két ősi rivális, két régi barát. Két felfogás, azonos cél.”, amely jól tükrözi a rendezvény küldetését (<https://www.facebook.com/bikaverparbaj>). Az évente Budapesten megrendezésre kerülő Eger-Szekszárd Bikavér Párbaj sokkal inkább a két borvidék összefogásáról szól, mint valódi párbajról. A program célja, hogy a két borvidék együtt bizonyítsa, milyen magas színvonalú és egyedi Bikavérek készülnek Magyarországon. Az eseményt 2013-ban rendezték meg először, amelyen évente legalább 15-15 egri és szekszárdi pincészet népszerűsíti a Bikavért. A rendezvény többféle programelemből épül fel: szakmai előadások, szakmai kóstolók, régi évjáratok tesztelése, nagyközönségnek szóló kóstolók. Ezek célja, hogy az eltérő célcsoportokat más programkínálattal szólítsák meg (5. ábra) (<https://www.facebook.com/bikaverparbaj>).

### ***Garay Élménypince, Szekszárd***

A Garay Élménypince a szekszárdi Vármegyeháza alatti pincerendszer egyik részében került kialakításra. A pincerendszer több évszázados múltra tekint vissza, amely eredetileg a szekszárdi bencés apátsághoz tartozott. Az apátság felszámolása után itt működött a XIX. században az első hazai borkereskedő részvénytársaság. Az első világháború után a Szekszárdi Borvidéki Bortermelők Pinceszövetkezete vette bérbe a pincét, amely az államosításig működött. A szocializmus időszakában a Szekszárdi Borkombinát használta a létesítményt borkészítésre. A rendszerváltozás után a privatizáció révén az Aliscavin Rt., majd a Szent Gaál Kastély tulajdonába került. Az akkoriban már Garay Pince elnevezésű létesítményt 2012-ben a város vásárolta meg és pályázati forrásból interaktív élménypincét alakítottak ki benne. A 2014

óta működő élménypince fontos attrakció lett Szekszárd borturisztikai kínálatában. Közel 30 szekszárdi borászat borainak kóstolási és vásárlási lehetőségét biztosítják. Emellett látványos tablók, kivetítők és érintőképernyős asztal segítségével ismerkedhetnek meg a hazai és a Szekszárdi borvidék borkészítési sajátosságaival. Ezen belül külön *Szekszárdi Bikavér tabló* mutatja be a közösségi bormárka történelmi múltját, változását, amely MÁTÉ (2008) tanulmánya alapján állítottak össze. Illatkapszulák segítségével lehet a borok illat és aromavilágában elmélyedni. A fogadótérben rendezvény- és kóstolóterem valamint rendezvények idején működő konyha várja a vendégeket (OROSZI et al. 2015, MÁTÉ 2018, SLEZÁK et al. 2021).

#### **4.2. A „Fuxli” siller**

A Szekszárdi borvidéken a siller (félvörös) borok készítésének történelmi gyökerei vannak, hiszen a középkorban betelepült rácok készítették Kadarkából (rác siller vagy kastélyos). (MÁTÉ 2015). Legalább egy napig rajtahagyták a héjon, ettől lett valóban félvörös a bor (Polgár Zoltán ex verb.). A sillerbor jellege közelebb áll a vörösboréhoz, teltebb, aromásabb, mint egy rozébor. A siller a rozénál tovább tárolható, azonban figyelni kell az oxidációs hatások elkerülésére, különben a bor színe barnulhat, élvezeti értéke csökkenni fog (EPERJESI et al. 2012). A Kadarka bogyóiból halványabb bor készült kevesebb színeképző anyagai miatt, így egy-két nappal a szüret után gyakran leengedtek némi lét a mustról, hogy kevesebb lére több áztatnivaló törköly maradjon, és a bor színe sötétebbé váljon. Ez a rozénál vörösebb, a vörösbornál halványabb alapanyagot eredményezett a sillerbor számára, amelyet a szekszárdi borászok rókarót színéről fuxli (rókácska) vagy fixli néven emlegettek.

A Fuxli közösségi bormárka kezdeményezést Heimann Zoltán indította el, amelyhez 2011-ben 6 borászat csatlakozott. A kezdeményezés mögé egyre több szekszárdi borász állt. Közös cél lett életben tartani, egyedi, jó ivású és hiteles sillert készíteni. A közös célnak közös arculatot is terveztek, amely egyedi „rókarót” karakterű címkézést kapott, a bor frissességére utalva pedig narancsszínű csavarzárral látták el (6. ábra). A hagyományok megőrzése mellett fontos törekvés, hogy ezzel is emeljék a sillerbor értékét, növeljék a pozitív megítélését, valamint egy újabb sajátos szekszárdi bormárkát erősítsenek közösen a borpiacon.

A projekt keretében 2012-ben 9, és 2013-ban már 13 borászat készített Fuxlit (Eszterbauer, Göndöcs, Heimann, Herr, Hetényi, Márkvárt, Merfelsz, Mészáros, Neiner, Posta, Sebestyén, Takler, Tringa) (MÁTÉ 2015, MÁTÉ et al. 2015, <http://www.pecsiboroza.hu/static/upload/print/documents/mip-boroza-tavasz.pdf>).

Napjainkban azonban a kezdeti lendület elveszett, már alig 1-2 borászat készíti Fuxli néven sillert, és a borkereskedések polcairól, honlapjairól is eltűnt.

## 6. ábra: A Fuxli „rókarót” arculata



Forrás: <https://www.facebook.com/Fuxli>

A mindennapok borának tartott siller megítélése korántsem olyan kedvező, mint a rozének. A szocializmus időszakában sokat romlott a sillerbor minősége, olcsó tömegbor kategóriává süllyedt. Így napjainkban ennek a hagyománynak az őrzése és piacra juttatása kockázatosabb vállalkozás.

### 5. A Villányi borvidék közösségi bormárkái

A Villányi borvidék két közösségi bormárkája jól tükrözi borászatok intenzív együttműködését a közös célok és a borvidék erősítése érdekében. A két közösségi bormárka a Villányi borvidék két különböző arcát mutatja. A Villányi Franc az elegáns, testes, míg a Redy a könnyed, fiatalos borstílust képviseli. Mindkét közösségi bor márka szabályozása bekerült a borvidéki termékleírásban. A Villányi Franc-t szakmai rendezvénnyel is támogatja a borvidék (VILLÁNY 2019, 2018, 2016, 2014, 2012).

#### 5.1. A „Villányi Franc”

A Villányi borvidék termelői hosszú ideje tartó együtt gondolkodásának és összefogásának eredményeként kezdtek tudatos márképítésbe a Cabernet Franc szőlőfajtára alapozva. A Cabernet Franc a világ összes szőlőtermő táján megél, és leggyakrabban a borhásítások alapanyaga. Azonban a Loire-völgyben és a Villányi borvidéken fajtatiszta borként is kiemelkedő minőséget produkál. A villányi bortermelők úgy gondolják, hogy ez a szőlőfajta megtalálta természetes otthonát a borvidékükön, és a belőle készített elegáns fajtabor lesz Villány kiemelt vezérterméke.

A bormárka szlogenje „100% FRANC 100%VILLÁNY” lett (ex verb. Gere Andrea, Gere Zsolt).

A minősítést először a 2014-ben szüretelt szőlőből származó borra kérhették a termelők, hiszen ekkor került a termékleírásban szabályozásra. A prémium és szuper prémium minőségű Villányi Franc azt jelenti, hogy 100% franc-ból készül terméskorlátozással. A prémium kategóriában maximum 60 hl/ha, a szuper prémium esetében maximum 35 hl/ha terméskorlátozást jelent. A bort minimum egy évig fahordóban és egy évet palackban kell érlelni (<http://villanyiborvidek.hu/villanyi-borvidek/vorosborok/villanyi-franc>, MÁTÉ et al. 2015).

7. ábra: A Villányi Franc logója



*Forrás: <http://villanyiborvidek.hu/villanyi-borvidek/vorosborok/villanyi-franc>*

A főcímkén kötelező feltüntetni a Villányi Franc logóját és az alábbi mondatot: „A Villányi Franc az elegancia és a harmónia megtestesítője” (7. ábra) (VILLÁNY 2016).

### ***Franc & Franc rendezvény, Villány***

A Villányi borvidék összefogását mutatja, hogy 2015 óta rendszeresen rendezik meg a FRANC & FRANC nemzetközi konferenciát és kóstolónapot, amelyen hazai és nemzetközi előadók is részt vesznek.

### **5.2. A „Redy”**

2018-ban megszületett a borvidék másik közösségi bormárkája, amelynek szabályozása is bekerült a termékleírásba. Ez a bor a borvidék tradicionális szőlőfajtájára a portugieserre és annak a házasításaira épül. A cél, hogy könnyed, gyümölcsös, fiatalos közösségi biztróbor készüljön. Az elvárt terméskorlátozás (max. 90 hl/ha) kisebb, mint a Villányi Franc esetében. A Redynél nem kell a cuvée szőlőfajta összetételét feltüntetni. A címkearculat az elérendő célcsoportra, az ”Y” generációra utal (8. ábra) (<http://www.redyvillany.hu/> <https://villanyiborvidek.hu/hu/rolunk/kiemelt-hirek/596-2018-04-04-14-13-47>).

8. ábra: A Villányi Redy logója



*Forrás: <http://www.redyvillany.hu/>*

## **6. Következtetések**

A közösségi bormárkák bevezetéséhez, megismertetéséhez és életben tartásához erős közösségi akaratra és kitartó munkára van szükség. Nagy a kockázata annak, hogyha rövidtávon nincsenek látható eredmények, akkor a borászok kihátrálnak a közösségi kezdeményezések mögül.

Érzékelhető, hogy a Fuxli, a Déli Fény és az Egyéjszakás borok mellett a borászoknak csak kis közössége kötelezte el magát, így a termelési mennyiség is szerényebb lett, így viszont a fogyasztók számára nem lesz könnyen elérhető, piacon is érzékelhető mennyiségű termék.

A közösségi bormárkák megerősítését hozza, ha a borvidéki termékleírásba is bekerülnek. A tradicionális közösségi bormárkák már ilyenek, azonban az új közösségi bormárkák körében ez csak esetleges. A Pannon borrégióban a Bikavér mellett csak a Villányi Franc és a Redy került be a borvidéki termékleírásba, amely nemcsak a készítés módját szabályozza, hanem a kiserelést, az arculatot is. (SZEKSZÁRD 2018, 2016, 2012, VILLÁNYI 2019, 2018, 2016, 2014, 2012)

A Szekszárdi Bikavér esetében fontos feladat lesz elhívtetni a fogyasztókkal, hogy minőségi termékre számíthatnak a negatív előítéletekkel szemben. A fogyasztói trendek változása – amely most inkább a rozé és a fehérboroknak látszik kedvezni – nehezítheti a vörösboros közösségi bormárkák népszerűsítését, viszont kedvezhet a fehér és rozé közösségi márkáknak.

Az új közösségi bormárkák kialakításához már tudatos arculattervezés is kapcsolódott. Különösen a Déli Fény az Egyéjszakás, a Redy és a Fuxli esetében erőteljes az egységes megjelenésre történő törekvés. Míg a Villányi Francnál elsősorban a bormárka logója lett kötelező elem, az egyéb csomagolási elemek nem. A Szekszárdi Bikavér esetében csak a bikaábrázolás kapott szabályozást.

A közösségi bormárkák népszerűsítéséhez nemcsak a borászok együttműködésére van szükség, hanem a rendezvényszervezők, turisztikai szolgáltatók, helyi önkormányzatok és a helyi lakosságra is. Hiszen nem elég minőségi bort előállítani, ezt meg kell ismertetni a fogyasztókkal (pl.: helyi lakosság, turisták) és el kell adni a piac különböző elosztási csatornáin keresztül (pl.: gasztronómia, rendezvények, on-line) (ANGLER 2016, OROSI et al. 2015).

A helyi termékek megismerésének, fogyasztásának és vásárlásának igénye egyre jelentősebb a turisták körében, hiszen keresik az autentikus, helyi ízelet, élményeket. Erre a trendre is lehet építeni a közösségi bormárkák népszerűsítése során. (GONDA et al. 2022, 2021, 2017) Azonban csak a Szekszárdi Bikavérhez és a Villányi Francéhoz kapcsolódnak közvetlenül turisztikai vagy szakmai rendezvények, a többi esetében csak a borvidéki rendezvények biztosítanak meg jelenést.

## **Irodalomjegyzék**

ANGLER, K. (2016): „Egyedül nem megy!” Formális és informális együttműködések sikeres gyakorlatai Szekszárd borturizmusáért. In: IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS. – DARABOS, F. (szerk.) „*Turizmus és Innováció*”: VIII. Nemzetközi Turizmus Konferencia 2016. Győr, Széchenyi István Egyetem, pp. 51-63.

EPERJESI, I. – HORVÁTH, CS. – SIDLOVITS, D. – PÁSTI, GY. – ZILAI, Z. (2012): *Borászati technológia*. Eszterházy Károly Főiskola, Eger, 316 p.

GONDA, T. – ANGLER, K. – CSÓKA, L. (2022): A helyi termékek fogyasztói megítélése. *A falu* 37(1): pp. 29-46.

GONDA, T. – ANGLER, K. – CSÓKA, L. (2021): The role of local products in tourism. *European Countryside* 13(1): pp. 91-107.

GONDA, T. – MÁTÉ, A. – RAFFAY, Z. (2017): A borturizmus és bormarketing kapcsolata és jó gyakorlata a Pannon Borrégióban. In: BÁNYAI, E. – LÁNYI, B. – TÖRŐCSIK, M. (szerk.) *Tükröződés, társtudományok, trendek, fogyasztás: Egyesület a Marketing Oktatásért és*



kutatásért (EMOK) XXIII. országos konferencia. Pécs, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar (PTE KTK), pp. 34-44.

GONDA, T. – KOVÁCS, B. D. – RAFFAY, Z. (2016): Szervezeti sokszínűség és innovatív együttműködés Dél-Dunántúl borturizmusában. *Borászati Füzetek* 26(5): pp. 30-34.

HAJDU I.-né (szerk.) (2005): *Borpiac*. Mezőgazda, Budapest, 208 p.

HALL, C. M. – MITCHELL, R. (2008): *Wine Marketing: A practical guide*. Elsevier Ltd. 377 p.

KOVÁCS, B. D. – GONDA, T. – ANGLER, K. – KRIZL, E. (2015): Innovatív együttműködések a borászok között a Pannon borrégióban. In: N. HORVÁTH, B. (szerk.) *Tolna megye egyik húzóágazatának jövője: szőlészeti - borászati trendkutatás*. Pécs, Pécsi Tudományegyetem, pp. 43-70.

MÁTÉ, A. – BAYERLE, D. (2021a): Déli fénytől az egyéjszakás rozéig: a pécsi borvidék közösségi bormarkái. In: GONDA, T. (szerk.): *A vidéki örökségi értékek szerepe az identitás erősítésében, a turizmus- és vidékfejlesztésben*. Orfű, Orfűi Turisztikai Egyesület, pp. 30-42.

MÁTÉ, A. – BAYERLE, D. (2021b): A Pannon Borrégió új közösségi bormarkái a Pécsi Borvidék példáján. In: GONDA, T. (szerk.): *Vidéki örökségi értékek*. Orfű, Orfűi Turisztikai Egyesület, pp. 46-55.

MÁTÉ, A. – BAYERLE, D. (2020): Pécsi borvidék közösségi bormarkái és a borvidék megítélésének vizsgálata esettanulmány alapján. In: AUBERT, A. – MÓKUSNÉ, PÁLFI A. – NOD, G. (szerk.): *Esettanulmányok a Dél-Dunántúli Turisztikai Régióból*. Pécs, PTE TTK FFI Turizmus Tanszék pp. 65-81.

MÁTÉ, A. (2019): *Bormarketing, borkereskedelem*. Szekszárd, PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Készült az EFOP 3.4.3.-16-2016-00005 számú "Korszerű egyetem a modern városban: Értékközpontúság, nyitottság és befogadó szemlélet egy 21. századi modellben" pályázat támogatásából. 80 p.

MÁTÉ, A. (2018): Legendától az összefogásig: a Bikavér múltja, jelene, jövője. In: CSAPÓ, J. – GERDESICS, V. – TÖRŐCSIK, M. (szerk.) *Generációk a turizmusban*. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet. Pécs, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, pp. 392-402.

MÁTÉ, A. (2017): Terroirtól a Bikavér Párbajig. In: MÁTÉ, A. (szerk.) *Modern egyetem - hasznosítható tudás*. Szekszárd, Magyarország: PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, pp. 82-103.

MÁTÉ, A. (2015): A bor csomagolásának jelentősége a bormarketingben. In: OROSZI, V. (szerk.): *Szőlő, bor, turizmus: tanulmányok a szőlészet, borászat és a borturizmus témaköréből*. Pécs, Pécsi Tudományegyetem, pp. 141-159.

MÁTÉ, A. – SPIEGLER, P. – ANGLER, K. – KRIZL, E. (2015): A bormarketing innovatív trendjei. In: N. HORVÁTH, B. (szerk.) *Tolna megye egyik húzóágazatának jövője: szőlészeti – borászati trendkutatás*. Pécs, Pécsi Tudományegyetem, pp. 88-127.

MÁTÉ, A. (2011): Minőségmenedzsment a turizmusban. Esettanulmány: A borúti minősítési rendszer és gyakorlata hazai példák alapján. In: AUBERT, A. (szerk.): *Turizmus menedzsment*, PTE, Pécs, <http://www.eturizmus.ttk.pte.hu/szakmai-anyagok/Turizmusmenedzsment/book.html#d6e1196> (Letöltve: 2022.04.12.)

MÁTÉ, A. (2008): Egy hungarikum története: a bikavér. *KORUNK* (KOLOZSVÁR) 19(9): pp. 19-27.



MÁTÉ, A. (2003): A Bikavér legendája. *Rubicon* 14(1-2): pp. 40-41.

OROSZI, V. – GONDA, T. – GULD, ZS. – MÁTÉ, A. (2015): A borturizmus új trendjei – Borturisztikai jó gyakorlatok a Pannon Borrégióban. In: N. HORVÁTH, B. (szerk.): *Tolna megye egyik húzóágazatának jövője: szőlészeti - borászati trendkutatás*. Pécs, Pécsi Tudományegyetem, pp. 15-42.

PÉCSI ÖSSZHANG EGYESÜLET (2018): *Pécsi Összhang pályázat: Egyéjszakás Látványterv*. Kézirat, 8 p.

SLEZÁK-BARTOS, ZS. – MÁTÉ, A. – GULD, ZS. (2021): Fialok borismereti attitűdje és az ismeretszerzés akadálymentes gyakorlata a Garay Élménypincében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(1): pp. 57-77.

## **Borvidéki termékleírások**

PÉCS (2016): A *PÉCS oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2016.* 2. változat, 25 p.  
<https://boraszat.kormany.hu/download/b/3e/f1000/P%C3%A9cs%20OEM%202-v%C3%A1ltozat%20korr.pdf> (Letöltve: 2022.04.04.)

PÉCS (2012): A *PÉCS oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2012.* 20 p.  
[https://boraszat.kormany.hu/download/6/b7/91000/Pecs%20OEM\\_termekleiras%20v1.pdf](https://boraszat.kormany.hu/download/6/b7/91000/Pecs%20OEM_termekleiras%20v1.pdf)  
(Letöltve: 2022.04.04.)

SZEKSZÁRD (2018): A *SZEKSZÁRD oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2018.* 3. változat, 26 p.  
<https://boraszat.kormany.hu/download/2/36/f1000/Szeksz%C3%A1rd%20OEM%203-v%C3%A1ltozat%20korr.pdf> (Letöltve: 2022.04.04.)

SZEKSZÁRD (2016): A *SZEKSZÁRD oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2016.* 2. változat, 27 p.  
[https://boraszat.kormany.hu/download/9/a7/91000/SZEKSZARD\\_termekleiras\\_m%C3%B3dos%C3%A1sokkal20160510.pdf](https://boraszat.kormany.hu/download/9/a7/91000/SZEKSZARD_termekleiras_m%C3%B3dos%C3%A1sokkal20160510.pdf) (Letöltve: 2022.04.04.)

SZEKSZÁRD (2012): A *SZEKSZÁRD oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2012.* 21 p.  
[https://boraszat.kormany.hu/download/f/cb/60000/SZEKSZARD\\_termekleiras+modositas12.pdf](https://boraszat.kormany.hu/download/f/cb/60000/SZEKSZARD_termekleiras+modositas12.pdf) (Letöltve: 2022.04.04.)

VILLÁNY (2019): A *VILLÁNY oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2019.* 5. változat, 34 p.  
[https://boraszat.kormany.hu/download/7/6c/62000/VILL%C3%81NY\\_term%C3%A9kle%C3%ADr%C3%A1s%205-v%C3%A1ltozat%20korr.pdf](https://boraszat.kormany.hu/download/7/6c/62000/VILL%C3%81NY_term%C3%A9kle%C3%ADr%C3%A1s%205-v%C3%A1ltozat%20korr.pdf) (Letöltve: 2022.04.04.)

VILLÁNY (2018): A *VILLÁNY oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2018.* 4. változat, 34 p.  
[https://boraszat.kormany.hu/download/5/6c/62000/VILL%C3%81NY\\_term%C3%A9kle%C3%ADr%C3%A1s%204-v%C3%A1ltozat%20korr.pdf](https://boraszat.kormany.hu/download/5/6c/62000/VILL%C3%81NY_term%C3%A9kle%C3%ADr%C3%A1s%204-v%C3%A1ltozat%20korr.pdf) (Letöltve: 2022.04.04.)

VILLÁNY (2016): A *VILLÁNY oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2016.* 3. változat, 34 p.  
[https://boraszat.kormany.hu/download/9/ac/91000/VILL%C3%81NY\\_term%C3%A9le%C3%ADr%C3%A1s%20m%C3%B3dos%C3%ADt%C3%A1s\\_2016\\_3-v%C3%A1ltozat.pdf](https://boraszat.kormany.hu/download/9/ac/91000/VILL%C3%81NY_term%C3%A9le%C3%ADr%C3%A1s%20m%C3%B3dos%C3%ADt%C3%A1s_2016_3-v%C3%A1ltozat.pdf)  
(Letöltve: 2022.04.04.)

VILLÁNY (2014): A *VILLÁNY oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2014.* 2. változat, 27 p.  
[https://boraszat.kormany.hu/download/f/7f/e0000/Termekleiras%20modositas\\_Villany\\_2014\\_11\\_14.pdf](https://boraszat.kormany.hu/download/f/7f/e0000/Termekleiras%20modositas_Villany_2014_11_14.pdf) (Letöltve: 2022.04.04.)

VILLÁNY (2012): A *VILLÁNY oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása 2012.* 28 p.  
[https://boraszat.kormany.hu/download/c/fb/60000/VILLANY\\_termekleiras+modositas2012\\_KN.pdf](https://boraszat.kormany.hu/download/c/fb/60000/VILLANY_termekleiras+modositas2012_KN.pdf) (Letöltve: 2022.04.04.)

1997. évi CXXI. törvény a szőlőtermesztésről és a borgazdálkodásról

## Egyéb források

BIKAVÉR BORONGOLÓ – SZEKSZÁRD: <http://bikaverborongolo.hu/>,  
<https://www.facebook.com/bikaverborongolo/> (Letöltve: 2022.04.28.)

„BORI” (2019): *Díjazták a Déli Fényt*. <http://www.pecsiborozo.hu/blog/dijaztak-a-deli-feny/>  
(Letöltve: 2022.04.28.)

EGER-SZEKSZÁRD BIKAVÉR PÁRBAJ: <https://www.facebook.com/bikaverparbaj>  
(Letöltve: 2022.04.28.)

FRANC & FRANC: [https://villanyiborvidek.hu/hu/programok/1840\\_franc-es-franc-2021](https://villanyiborvidek.hu/hu/programok/1840_franc-es-franc-2021)  
(Letöltve: 2022.04.28.)

FEHÉRVÁRY SZŐLŐBIRTOK: <https://www.facebook.com/fehervarybor/> (Letöltve:  
2022.04.28.)

GARAY ÉLMÉNYPINCE: <https://www.garaypince.hu/> (Letöltve: 2022.04.28.)

GERI, Á. (2021): *Mi jelent a közösségi bormárka?* <https://bor.hu/hirek/mi-jelent-a-kozossegi-bormarka> (Letöltve: 2022.04.28.)

GYÖRFFY, Z. (2018): *Déli Fény az éjszakában*. Best of Pécs 2018.  
<http://www.pecsiborozo.hu/blog/deli-feny-az-ejszakaban?calendarMonth=2020-01> (Letöltve:  
2022.04.28.)

MAGYAR BOR SZEMÉLYESEN: <https://bor.hu/> (Letöltve: 2022.04.28.)

NAGY, G. (2017): *A bor a brand, vagy a borász?* <https://www.boraszportal.hu/hirszuret/a-bor-a-brand-vagy-a-borasz-7014> (Letöltve: 2022.04.28.)

PÉCS MECSEKI BORÚT EGYESÜLET: <https://www.pecsmecsekiborut.hu/> (Letöltve:  
2022.04.28.)

PÉCSI ÖSSZHANG EGYESÜLET: <https://www.facebook.com/PecsiOsszhang/> (Letöltve:  
2022.04.28.)

PÉCSI BOROZÓ: *Ravasz, mint a Fuxli '13*. 2014/tavaszi: 14 p.  
<http://www.pecsiborozo.hu/static/upload/print/documents/mip-borozo-tavasz.pdf> (Letöltve:  
2022.04.28.)

SZEKSZÁRDI BORVIDÉK: <https://szekszardibor.com/> (Letöltve: 2022.04.28.)

VILLÁNYI BORVIDÉK: <https://villanyiborvidek.hu/> (Letöltve: 2022.04.28.)

VILLÁNYI BORVIDÉK: *Megérkezett REDy, Villány legújabb márkája* 2018.  
<https://villanyiborvidek.hu/hu/rolunk/kiemelt-hirek/596-2018-04-04-14-13-47> (Letöltve:  
2022.04.28.)

VILLÁNYI FRANC: <https://villanyiborvidek.hu/hu/villanyi-borvidek/vorosborok/villanyi-franc> (Letöltve: 2022.04.28.)

VILLÁNYI FRANC KIADVÁNY (2015): <https://villanyiborvidek.hu/download/villanyi-franc-kiadvany2015.pdf> (Letöltve: 2022.04.28.)

VILLÁNYI REDY: <http://www.redyvillany.hu/> (Letöltve: 2022.04.28.)

# OBJEKTÍV SZEMLÉLET KIALAKÍTÁSA A BOROK ÉRZÉKSZERVI ÉRTÉKELÉSE SORÁN

*Vas-Guld Zsuzsanna*

*adjunktus, Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Élelmiszergazdasági és Turisztikai Tanszék; vas-guld.zsuzsanna@pte.hu*

## **Absztrakt**

A tanulmány aktualitását alátámasztja, hogy a natúr, illetve autentikus borok egyre népszerűbbek a borfogyasztók és a borgasztronómia körében, bár valójában ez a kategória megosztja a gyakorló borászokat. A borok értékelése során az első, amit vizsgálunk, a bor tisztasága, ami natúrborok esetében lehet opálos, kiválásos, hiszen a derítés és szűrés kimarad a borkezelési eljárásokból, viszont a pozitív élettani hatást eredményező polifenol vegyületek nagyobb koncentrációban maradnak a végtermékben, ami egy másik megközelítésből jelent minőséget a tudatos borfogyasztó számára. Mindemellert az érzékszervi bírálati módszerek objektív szemlélete rendkívül fontos, akár a 20 pontos, akár a 100 pontos borbírálati módszert vagy éppen a mennyiségi leíró elemzést alkalmazzuk borok értékelésére, hiszen a borfogyasztóknak információt jelenthet a borvásárlás során.

*Kulcsszavak: borfogyasztási szokások, borbírálati módszerek natúrbor, polifenolok*

## Bevezetés

A tudatos borfogyasztó számára fontos, hogy minőségi bort kóstoljon, fogyasszon. A tudatosság ma már egy meghatározó fogalom a gasztronómiában, ezen belül a borgasztronómiában, amit a közösségi média is befolyásol, és meghatározó szerepet kap a vendéglátásban. Az egészségtudatosság, organikus élelmiszerek – organikus borok – egyre nagyobb teret kapnak a hétköznapokban is (NAGY et al. 2021). A különböző ételallergiák, intoleranciák a mentes termékek felé tereli a fogyasztókat. Az élelmiszeripari termékek, köztük a bor is tartalmazhat allergén anyagokat – tej, tojás, biogén aminok, hisztamin – melyek a technológia – derítés valamint mikrobiológiai folyamatok, biológiai almasavbomlás - során jelennek meg (WÜTHRICH 2018). A borok egészségre gyakorolt hatásait tekintve nem elég tudnunk azt, hogy a transz-rezveratrol elsősorban vörösborban detektálható nagyobb koncentrációban, a fehérborszőlő héjszerkezete is tartalmaz polifenol vegyületeket, flavonoidokat – quercetin, rutin - melyeknek egészségre gyakorolt hatásuk bizonyított, ezt elsősorban az alkalmazott technológia, a héjon erjesztés hőmérséklete, ideje, továbbá az alkalmazott borkezelési eljárás – derítés, szűrés - határozza meg. Minél hosszabb a héjon erjesztés időtartama, és minél kevesebb borkezelési eljárásnak vetjük alá a bort, bizonyítottan nagyobb lesz az antioxidáns vegyületek koncentrációja a borban. A kézműves bor készítése során nincs derítés, szűrés, így a borászati kémia és a borászati technológia kapcsán felmerül a kérdés, hogy amennyiben nem kerül sor ezekre a borkezelési eljárásokra, akkor az a bor tisztaságát tekintve mennyire számít egészségesnek, minőséginek a bor, hiszen egészséges bornak a tiszta, tükrösen tiszta bor tekinthető. Természetesen ez alól kivétel a frissen kiejert újbor, a pét-nat vagyis a pétillant naturel, hiszen ezek a tételek természetesen opálosak.

A borászati kémia a borok analitikai összetevőivel, a bor finomösszetételének meghatározásával foglalkozó tudományág, mely az egészségtudatosság tekintetében óriási jelentőséggel bír. A tudatos borfogyasztó számára fontos, hogy a bor pozitív élettani hatással rendelkezzen, emellett pedig az érzékszervi értékelés során az, hogy finom-e a bor.

## Szakirodalmi áttekintés

A borok egészségre gyakorolt pozitív hatásai elsősorban a borban található polifenoloknak köszönhető. A vörösborok egészségre gyakorolt jótékony hatása mellett, meg kell említeni a hosszú távú és nagy mennyiségű alkoholfogyasztással a szervezetbe kerülő etanolnak májkárosító hatását (SHIELD et al. 2013).

A mértékletes alkoholfogyasztásnak azonban pozitív hatása is ismert, miszerint növelheti a védő koleszterin (high density lipoprotein, HDL) szintet, és csökkentheti az úgynevezett rossz (low density lipoprotein, LDL) koleszterin oxidációját, de emellett a véralvadás megelőzésében és a vérlemezkék aggregációjának csökkentésében is fontos szerepet tölt be (AGARWAL 2002). MCCARTY (2001) kutatási alapján a mértékletes alkoholfogyasztás kapcsolatba hozható a vázizomban bekövetkező inzulin rezisztencia csökkenéssel. A mértékletes borfogyasztással szervezetbe juttatott polifenol vegyületek és alkohol koncentrációk együttes hatása előnyösen befolyásolhatja szervezetünk működését, segítheti a szív- és érrendszeri, valamint krónikus megbetegedések gyógyulási folyamatait (MARKOSKI et al. 2016).

A polifenolok antioxidáns tulajdonságokkal rendelkeznek, melyek koncentrációja eltérő a fehérborokban és a vörösborokban, az alkalmazott borászati technológiának köszönhetően. A polifenol vegyületek a szőlőbogyó héjszerkezetében halmozódnak fel, melyeket a lehető legkíméletesebb technológia alkalmazásával extrahálunk. Az extrakció célja elsősorban, hogy a héjon erjesztés során, a lehető legnagyobb koncentrációban oldjunk ki színyanyagokat és más flavonoid és nem flavonoid típusú vegyületeket, melyben az alkalmazott technológia hőmérséklete és időtartama a meghatározó, de nyilvánvalóan az alapanyag, a szőlőfajta is fontos szerepet játszik. WIGHTMAN és munkatársai (1997) egyes enzimtermékek alkalmazása

mellett a monomer antocianinok, ezen belül a malvidin-3-monoglükózid koncentrációjának jelentős csökkenését figyelték meg. Az általuk vizsgált készítmények mindegyike mellett azonban magasabb transz-rezveratrol koncentrációt eredményezett a borokban.

A rezveratrol egyrészt növényi immunanyag, hiszen részt vesz a szőlőnövénnyel gombás fertőzések elleni védekező mechanizmusában, (YANG et al. 2009), GAUTAM és munkatársainak (2000) kutatásai bebizonyították, hogy a transz-rezveratrol fontos gátló-ölő szerepet tölt be a leukémiás sejtek esetében, illetve Guerrero eredményei alapján (2009) hatékonynak bizonyul egyes rákos elváltozások esetében is. Megfigyelték, hogy a rezveratrol gátolja a  $\beta$ -amiloid aggregációt az Alzheimer kórban (RIVIERE et al. 2010) és védi az idegsejteket az oxidatív stressz ellen (MIZUTANI et al. 2000).

Derítetlen, szűretlen vörösborokban – Kadarka, Kékfrankos, Cabernet franc – transz-rezveratrol koncentráció változást figyeltem meg üzemi körülmények között, 24 hónapos fahordós érlelés során, 20-25 mg/l szabad kénssav koncentráció mellett. A vörösborok közül a Kékfrankos eredményeit és technológiáját emelném ki. Ennél a fajtánál a héjon erjesztés hőmérséklete 18-24 °C között változott és 21 nap alatt zajlott le. A kiindulási koncentrációk tekintetében és a 24 hónapos érlelési időszakot követően is a Kékfrankosban mértem a legmagasabb transz-piceid valamint transz-rezveratrol koncentrációkat. (GULD et al. 2019).

Az európai és új-zélandi organikus (bio, öko) borok esetében az összes kénssav koncentrációja fehérborokban 150 mg/l-re, vörösborokban 100 mg/l-re került meghatározásra. Az amerikai bioborok (USDA Organic) nem tartalmazhatnak hozzáadott kén. A kézműves borokra vonatkozó előírások alapján a borkészítés során borászati segédanyagokat, illetve fajlesztőt nem használnak, az összes kénssav koncentráció is alacsonyabb, bár hivatalos szabályozás nincs.

A vörösborban megtalálható polifenol vegyületek koncentrációja tehát folyamatosan változik, melyet nagymértékben meghatároz az alapanyag, a szőlő érettségi állapota, valamint befolyásol a szőlőfeldolgozás, valamint a héjon erjesztés technológiája, továbbá a stabilizálási folyamatok, derítés, szűrés és érlelés (GARCIA-ESTEVEZ et al. 2017).

Korábbi kutatások eredményei alapján a derítőszernek nemkívánatos hatása van a borok színére, csökkentik az antocianin koncentrációt, a bentonit, valamint a mannoprotein és kazein együttes alkalmazása a tannin koncentrációt is csökkenti, sőt a növényi fehérjék és a zselatin, bár nem olyan mértékben, de befolyásolja a polifenol koncentrációt (GHANEM et al. 2017).

OSZMIANSKI és munkatársai (1986) a polifenolok kioldódását vizsgálták a kén-dioxid adagolás, a keletkező etil-alkohol, a macerálási hőmérséklet és a kontaktidő függvényében. Megállapították, hogy az egyes tényezők hatása önmagukban nem számottevő, azonban a kén-dioxid és az etil-alkohol együttes jelenléte magas extrahálási hőmérséklettel párosulva elősegíti a fenolos anyagok borba oldódását. A borok szabad kénssav tartalma bortípusonként változó, vörösborokban 30 mg/l, redukív fehérborok és rozéborok esetében 50 mg/l körüli értékre állítják be palackozáskor.

A szabad kénssav, antioxidáns tulajdonságának köszönhetően védi a bort az oxidáció ellen, megakadályozza a káros mikrobiológiai folyamatokat, ezzel a borbetegségek kialakulását. Amennyiben kénmentes módszert alkalmazunk, megvan a borbetegségek kialakulásának veszélye. A csökkentett kén-tartalmú vagy a kénmentes borok elkészítése nagy kihívást jelent a borászok számára, de nem lehetetlen. A titok, a kémiai összetételben keresendő, különös tekintettel a titrálható savtartalomra, pH-ra és alkoholtartalomra, melyet a szüreti időpont kiválasztásával és az alkalmazott technológiával tudunk szabályozni. Minél magasabb az alkohol koncentráció és a titrálható savtartalom annál stabilabb a bor mikrobiológiailag. Konkrétan visszaszoríthatóak bizonyos káros élesztőgomba tevékenységek, például

Brettanomyces bruxellesis; vagy tejsav- és ecetsavbaktérium tevékenységek, például Lactobacillus casei, Lactobacillus brevis vagy Acetobacter aceti -folyamatok ellen, amivel a biogén aminok – hisztamin – koncentrációja kontrollálható, illetve elkerülhetőek a borbetegségek.

A borok minőségének objektív meghatározása érdekében képzett borbírálókat kell alkalmazni, akár a 100 pontos OIV akár a mennyiségi leíró elemzést alkalmazzuk. Az OIV 100 pontos érzékszervi bírálati módszer a borok általános minőségét képes bemutatni, míg a QDA részletes leírást ad a borokról. A 100 pontos módszer valójában hibapontos módszer, 10 tulajdonság megjelenésében. A 20 pontos bírálati módszer jutalompontos rendszerben osztályozza a borokat, 4 tulajdonság kapcsán. A mennyiségi leíró elemzés akár 27 tulajdonságot is hordozhat, amit egyenként elemeznek a bírálók. Az érzékszervi szabványok javasolják a mennyiségi leíró elemzést (*quantitative descriptive analysis*, QDA) a minták teljes minőségének feltérképezéséhez (ISO 13299. 2003). A QDA egy leíró érzékszervi módszer, amelynek során a bírálók meghatározzák az érzékszervi tulajdonságok halmazát, melyek a mintákat jellemzik. Ez a lista tartalmazza azokat a tulajdonságokat, amelyek a megjelenéssel, az illattal, az ízérettel kapcsolatosak, tekintet nélkül arra, hogy a tulajdonság pozitív vagy negatív, ennél fogva például lehet egy borbetegség is. A QDA eredményei alkalmasak arra, hogy az élelmiszeriparban elfogadott statisztikai módszerek, mint például a varianciaanalízis vagy a főkomponens elemzés bemeneti értékeit képviselje (BERNHARDT et al. 2015). Más részről a QDA időigényes, és tekintettel a magas mintaszámra, alig testreszabható módszer minőségi besorolásokhoz, például borversenyeken, ennél fogva a 100 pontos bírálati módszere (Nemzetközi Szőlészeti és Borászati Szervezet) (OIV) a legelterjedtebb érzékszervi technika a borok értékeléséhez (OIV 332A. 2009). Az OIV módszer négy előre definiált érzékszervi kategóriát használ, amely globálisan minden, fehér, rozé, siller és vörösbor típusra vonatkozik, így ezek a magas és a gyenge minőséget képesek megkülönböztetni.

### **Anyag és módszer**

A mennyiségi leíró elemzés (*quantitative descriptive analysis*, QDA) és a 100 pontos OIV bírálati módszer alkalmas üzemi körülmények között előállított palackos újborok, óborok értékelésére nemzetközi borversenyeken. A 20 pontos bírálati módszert inkább kisebb, helyi versenyeken alkalmazzák, illetve kísérleti bormintákra. Az érzékszervi vizsgálatok szabályai vonatkoznak a bírálókra és a kóstoló helyiségre is. Tudományos vonatkozásban az érzékszervi bírálatokat két ismétlésben kell végezni, az adatok megbízhatósága érdekében. Az érzékszervi bírálatokat tiszta, világos, temperált, 20 °C hőmérsékletű kóstolóteremben kell végezni. (ISO 8589. 2007). A kóstolási mennyiségű borminták a vörösboroknak megfelelő kóstolási hőmérsékleten, tiszta, standard kóstoló pohárban (JACKSON 2002) kerültek a bírálók elé. Az O.I.V. által elfogadott szabvány szerinti 155 mm magas, 215 cm<sup>3</sup> űrtartalmú, vékony és szintelen falú, felfelé szűkülő, talpas kóstoló pohárban történt az elemzés. A borok kóstolási hőmérséklete rendkívül fontos és iránymutató. Fehérborok esetében 10-12°C, rozék esetében szintén, vörösborok esetében 16-18 °C. A borminták között a bírálók semleges ízű szénsavmentes ásványvizet fogyaszthatnak íz semlegesítés céljából (SIPOS et al. 2012). A bormintákat nem nullával kezdődő háromjegyű véletlen számokkal érdemes kikódolni. (ISO 6658:2005). A profilanalízis az egyik legösszetettebb érzékszervi vizsgálati módszer. A termékek tulajdonságait részletesen leírja, így biztosítja az összehasonlíthatóságot az élelmiszerek között. A profilanalízis a bírálóktól következetességet kíván, ezzel együtt időigényes elemzés, hiszen legalább 1,5-2 órát vesz igénybe egy bírálat. A leíró módszerek esetében egynél több tulajdonságot vizsgálunk, mely egy korábbi kutatásomban (GULD et al. 2020) összesen huszonhét különböző érzékszervi tulajdonságot jelentett (színintenzitás, tisztaság, glicerin, globális illatintenzitás, pirosbogyós gyümölcsillat, konyakmeggy illat, vanília illat, étcsokoládé illat, fás jegyek illatban, fűszeres illat, zöld illat, savasság, húzóosság,

globális ízintenzitás, piros bogyós gyümölcs íz, alkohol érzet, vanília íz, étcsokoládé íz, fás íz, fűszeres íz, zöld ízek, keserű íz, savanyú íz, édes íz, nyers íz, savanyú utóíz, kellemetlen ízézet) melyek alapján értékelték a vörösborokat a bírálók a mennyiségi leíró elemzésben. A szabvány (ISO 11035:1994) meghatározza a bírálók számát mely 8-16 fő között mozoghat.

Tekintettel arra, hogy a natúrborok derítetlen, szűretlen tételek, mikrobiológiai szempontból instabilak lehetnek. A szüreti időpont megválasztásával tudjuk kialakítani azt a titrálható savtartalom és az alkoholtartalom koncentrációt, ami természetes védelmet jelenthet a borbetegségek kialakulása ellen. A natúrborok, pét-nat tételek természetesen opálosak, seprőkiválással a palack alján. Ezeket a minőségi elváltozásokat objektíven, a kóstolt minta természetéhez viszonyítva kell kezelni. A borászok és az egyetemi, oktatók feladata és felelőssége az objektív és értő borbírálat, valamint a kulturált és tudatos borfogyasztói magatartás kialakítása a jövő borászai számára (MÁTÉ 2015).

## **Eredmények**

Korábbi tapasztalataim azt mutatják, hogy a QDA módszer érzékenyebb a minták közötti különbségekre, így nagyobb megkülönböztető képessége van. A gyakorlatban a borászok általában a 100 pontos OIV rendszert használják borbírálatra. Bár a módszer elegendő információt ad a borminőségről, van még számos más, kifinomultabb érzékszervi értékelő módszer, mely részletesen értékeli a bort, akár pozitív akár negatív tulajdonságokat tekintve. Lehetőség van például konkrét borhiba, borbetegség meghatározására, ami a borminőség szempontjából elengedhetetlen, hiszen sem a termelésben, sem a kereskedelmi forgalomban lévő tételek esetében nincs helye a borhibáknak, borbetegségeknek. Ennek fontossága az üzemekben is megnő, ugyanis csak az egészséges bort lehet a piacon értékesíteni, tekintettel arra, hogy a tudatos borfogyasztó nem csak az ár-érték alapján választ terméket, hanem elsődleges szempontja a bor minősége, érzékszervi tulajdonságok alapján.

## **Következtetések, javaslat**

A QDA módszer gyakorlati beépítése és alkalmazása az oktatásban és a borászok körében rendkívül fontos, hiszen amíg az OIV módszer a bor általános minőségéről ad képet, addig a QDA képes specifikus adatokat is azonosítani, például konkrét választ kaphatunk arról, hogy a 100 pontos bírálati módszer alapján egy bor pontosan miért kapott alacsony pontszámot. Ezzel pedig a borász munkáját segítve ad tájékoztatást arról, hogy a bornak pontosan milyen hibája, betegsége van, és azt, hogy tudja elkerülni a jövőben. Az érzékszervi bírálók folyamatos nyomon követésével hatékonyan valósítható meg a minőségirányítási rendszerek alapja, melynek segítségével gyors megelőző, vagy helyesbítő intézkedéseket hozhatunk a bírálók teljesítményének fokozására, integráns részét képezve az érzékszervi laboratóriumok minőségirányítási rendszerének. A mennyiségi leíró elemzés képes a minták részletesebb leírására, egyidőben sorolja fel a pozitív és negatív tulajdonságokat. Ez az előny azonban hosszabbítja az értékelési folyamatot és több időt igényel. A szórás csökkentése érdekében referencia mintákat kell használni. Az értékelők összehasonlítják az egyes mintákat a referencia ingerrel, ami időben meghosszabbítja az értékelési folyamatot. Az érzékszervi tulajdonságok nagyobb száma is növeli az értékelés idejét, ennél fogva nagyon fontos, hogy a megfelelő számú, és legrelevánsabb tulajdonságokat válasszuk ki, a fáradtság elkerülése érdekében. A QDA legfontosabb jellegzetessége a tulajdonságok halmaza. Míg az OIV egy általános módszer és többféle borra alkalmazható, a QDA egy rendkívül specializált módszer, amely felsorolja a mintakészlet bármely elemzett mintájában található tulajdonságokat. Ez azt jelenti, hogy a különböző tulajdonságok felsorolására lehet szükség, hogy értékelni tudjuk a különböző bortípusokat, fehér, rosé vagy vörösborokat, ami nehezíti vagy akár lehetetlenné is teheti az összehasonlítást. Azonban egy speciális borleírás referenciakészlet meg tudná oldani ezt a kérdést és lehetővé tenné a szakemberek számára, hogy a QDA-t mindennapi bíráló eszközként



használják. Javaslattételként fogalmazom meg, hogy a jövőben a QDA módszer, egy speciális borleírás és referencia készlet kidolgozásával, alkalmas lehet arra, hogy helyettesítse, kiegészítse az általános OIV módszert, segítve ezzel az objektív szemlélet kialakítását a borok értékelése során.

### Irodalomjegyzék

AGARWAL, D. P. (2002): Cardio protective effects of light-moderate consumption of alcohol: a review of putative mechanisms. *Alcohol and Alcoholism. Oxford Academic* 37(5): pp. 409–415.

BERNHARDT, B. – SIPOS, L. – KÓKAI, Z. – GERE, A. – SZABÓ, K. – BERNÁTH, J. – SÁROSI, SZ. (2015) Comparison of different *Ocimumbasilicum* L. gene bank accessions analyzed by GC-MS and sensory profile. *Industrial Crops Products* 67. DOI: 10.1016/j.indcrop. 2015.01.013.

GARCIA-ESTEVEZ, I. – PEREZ-GREGORIO, R. – SOARES, S. – MATEUS, N. – DE FREITAS, V. (2017): Oenological perspective of red win eastringency. *OENO One*. 2017, 51(3): pp. 237-249. DOI: 10.20870/oenone.2017.51.2.1816.

GAUTAM, S. C – XU, YX. – DUMAGUIN, M. – JANAKIRAMAN, N. – CHAPMAN, R. A. (2000): Resveratrol selectively inhibits leukemia cells: a prospective agent for ex vivo bone marrow purging. *Bone marrow transplantation* 25(6): pp. 639-645.

GHANEM, C. – TAILLANDIER, P. – RIZK, M. – RIZK, Z. – NEHME, N. – SOUCHARD, JP. – EL RAYESS, Y. (2017): *Analysis of the impact of fining agents types, oenological tannins and mannoproteins and their concentrations on the phenolic composition of red wine*. LWT - Food Science and Technology pp. 101-109. 83 p. ISSN 0023-6438.

GUERRERO, R. F. – LIAZID, A. – PALMA, M. – PUERTAS, B. – GONZÁLEZ-BARRIO, R. – GIL-IZQUIERDO, A. –GARCÍA-BARROSO, C. – CANTOS-VILLAR, E. (2009): *Phenolic characterisation of red grapes autochthonousto Andalusia Food Chemistry*. 112: pp. 949-955.

GULD, ZS. – NYITRAINÉ SÁRDY, D. – GERE, A. – RÁCZ, A. (2020): Comparison of sensory evaluation techniques for Hungarian wines. *JOURNAL OF CHEMOMETRICS* 34(4): Paper: e3219 (2020) DOI: 10.1002/cem.3219.

GULD, ZS. – RÁCZ, A. – TIMA, H. – KÁLLAY, M. – NYITRAINÉ SÁRDY, D. (2019): Effects of aging in oak barrels on the trans-resveratrol and anthocyanin concentration of red wines from Hungary. *Acta Alimentaria* 48(3): pp. 349-357. DOI: 10.1556/066.2019.0004.

ISO 13299. (2003): *Sensory analysis -- Methodology, General guidance for establishing a sensory profile*.

ISO 6658. (2005): *Sensory analysis -- Methodology -- General guidance*.

ISO 8589. (2007): *Sensory analysis-- General guidance for the design of test rooms*.

JACKSON, R. S. (2002): *Wines: Wine Tasting A Professional Handbook*. Elsevier A. London, UK; 2002. DOI: 10.1016/B978-0-12-384947-2.00757-1.

MARKOSKI, M. M. – GARAVAGLIA, J. – OLIVEIRA, A. – OLIVAES, J. – MARCADENTIA (2016): Molecular Properties of Red Wine Compounds and Cardiometabolic Benefits. *Nutrition and Metabolic Insights*. 2016(9): pp. 51–57. DOI: 10.4137/NMI.S32909.

- MÁTÉ, A. – SZABÓ, G. – GONDA, T. – OROSZI, V. (2015): Borfogyasztási és borvásárlási trendek alakulása. In: HORVÁTH, B. (szerk.): *Tolna megye egyik húzóágazatának jövője: szőlészeti - borászati trendkutatás*. Pécs, Magyarország: Pécsi Tudományegyetem (2015) pp. 128-165, 38 p.
- MIZUTANI, K. – IKEADA, K. – KAWAI, Y. – YAMORI, Y. (2000): Resveratrol at tenuate ovariectomy-induced hypertension and bone loss in stroke-prone spontaneously hypertensive rats. *Journal of Nutritional Science and Vitaminology* 46: pp. 78–83.
- NAGY, D. – GONDA, T. – HÁLÓ, K. – DÁN, A. (2021): A jövő vendéglátása, a vendéglátás jövője. Regionális kutatás az érintett vállalkozások körében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(2): pp. 86-100, 15 p.
- OSZMIANSKI, J. – ROMEYER, F. M. – SAPIS, J. C. – MACHEIX, J. J. (1986): Grape seed phenolics: Extraction as affected by some conditions occurring during wine processing. *American Journal of Enology and Viticulture* 37(1): pp. 7–12.
- OIV 332A. (2009): *OIV Standard for International Wine and Spirituous Beverages of Vitivincultural Origin Competitions*.
- RIVIERE, C. – PAPASTAMOULIS, Y. – FORTIN, P. Y. – DELCHIER, N. – ANDRIAMANARIVO, S. (2010): New stilbene dimers against amyloid fibril formation. *Bioorganic and Medical Chemistry Letters* 20: pp. 3441–3443.
- SIPOS, L. – KOVACS, Z. – SAGI-KISS, V. – CSIKI, T. – KOKAI, Z. – FEKETE, A. – HEBERGER, K. (2012): Discrimination of mineral waters by electronic tongue, sensory evaluation and chemical analysis. *Food Chemistry* 135(4): pp. 2947–2953. DOI: 10.1016/j.foodchem.2012.06.021
- SHIELD, K. D. – PARRY, C. – REHM, J. (2013): Chronic diseases and conditions related to alcohol use. *Alcohol Research* 35(2): pp.155–173.
- WIGHTMAN, J. D. – PRICE, S. F. – WATSON, B.T. – WROLSTAD, R. E. (1997): Some effects of processing enzymes on anthocyanins and phenolics in Pinot noir and Cabernet Sauvignon wines. *American Journal of Enology and Viticulture* 48(1): pp. 39–48.
- WÜTHRICH, B (2018): Allergic and intolerance reactions to wine. *Allergologie select* 2(1) pp. 80-88.
- YANG, J. – MARTINSON, T. E. – LIU, R. H. (2009): Phytochemical profiles and antioxidant activities of wine grapes. *Food Chemistry* 116: pp. 332–339.

# TELEPÜLÉS RENDEZVÉNYEK ELÉGEDETTSÉGI VIZSGÁLATA A COVID-JÁRVÁNY ÁRNYÉKÁBAN

*Slezák-Bartos Zsuzsanna*

*Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar; slezak-bartos.zsuzsanna@pte.hu*

## **Absztrakt**

A település akkor lehet sikeres, ha a jövedelem a településen folyamatosan növekszik, újabb cégek telepednek le, munkát adva az ottélőknek, a kulturális és szórakozási lehetőségek, programok nyomán a helyi lakosoknak tartalmas időtöltést tud nyújtani a város vezetése. A kulturális tevékenységek biztosítása sokoldalúan befolyásolja a helyi gazdaság fejlődését. A kulturális adottságok fejlesztésével, illetve bővítésével nem csupán a helyi lakosság életminősége javítható, hanem megfelelő szervező munka mellett jelentős gazdasági haszon is elérhető. Bár a koronavírus-járvány okozta válság kihívás elé állítja az gazdaságot, a turisztikai szektort, a városvezetésnek és a helyi együttműködéseknek tovább kell folytatni a megkezdett munkát, helyi lakosság preferenciáival összhangban bővíteni kell olyan szolgáltatások körét, mint a szórakozás, a sportolási, szabadidős, illetve kulturális lehetőségek. A tanulmány célja megismerni az Tolna megye székhelyén élők elégedettségét a rendezvényekre és szervezett eseményekre vonatkozóan. Választ keresve arra is, hogy a koronavírus okozta válság hatására hogyan változott Szekszárd borvidéki eseményeinek kedveltsége a helyi lakosok körében. Az empirikus kutatás – a szekszárdi lakosok, valamint a városban tanulók és dolgozók véleményét vizsgálva – online kérdőívezésen, mélyinterjúkon és személyes tapasztalatokon alapul.

*Kulcsszavak: településmarketing, rendezvény, pandémia*

## **Abstract**

The settlement can be successful if the income in the settlement is constantly growing, new companies are settling down, giving jobs to the residents, as well as through cultural, entertainment opportunities and programs, the city management can provide meaningful pastimes for the local residents. The provision of cultural activities has a multifaceted impact on the development of the local economy. By developing or expanding the cultural capabilities, not only the quality of life of the local population can be improved, but also significant economic benefits can be achieved with proper organizational work. Although the crisis caused by the coronavirus epidemic poses a challenge to the economy, the tourism sector, city management and local cooperation need to continue the work started, services such as entertainment, sports, leisure recreation and cultural opportunities in the line with local preferences need to be expanded. The aim of the study is to find out the satisfaction of the people living in the Tolna county seat about the events and organized events. Moreover also looking for an answer how the popularity of Szekszárd wine region events among local residents changed as a result of the crisis caused by the coronavirus. Empirical research – by the opinions of local residents of Szekszárd, students and workers in the city - is based on online questionnaires, in-depth interviews and personal experiences.

*Keywords: event, pandemic, town marketing*

## Bevezetés

Tolna megye székhelyén a turisztikai vonzerők közt megemlíthetjük a Szekszárdot közvetlenül érintő történelmi borvidéket, de az erdők (a Gemenc) közelsége, a népművészet is jól értelmezhető vonzerők, amelyekre a város marketingje építhet. A helyi borászok egyéni tevékenysége kiemelkedő a térségben. A borászok saját pincészetük és pincéjük mellett vendéglátással és szállásadással is foglalkoznak. A borhoz kötődő rendezvények közül a legsikeresebb a minden szeptember harmadik hétvégéjén megrendezésre kerülő Szekszárdi Szüreti Napok. Az esemény megszervezése és lebonyolítása jól mutatja a vállalkozók és a borászok közötti összefogást, hiszen e vállalkozások támogatásával történik a Borudvar kialakítása, a zenekarok, együttesek finanszírozása, pavilonok építése stb. A kulturális tevékenység sokszínűsége jellemző: Szekszárd szülöttéhez, Babits Mihályhoz kötődő kulturális rendezvények, Mészöly Miklós kapcsán tartott emléknapi, illetve az ahhoz kapcsolódó konferencia, valamint Liszt Ferenc kapcsán szervezett rendezvények. A rendezvények gyakoriságának növelésével esetleg a „fesztiválok városa”-aként, illetve a kulturális rendezvények, művészeti kiállítások kapcsán a „művészetek városa” arculati kiegészítéssel többlet tartalmat adhatnánk az üzenetnek a városvezetők (MÁTÉ – NAGY 2015). A COVID időszak a város fő rendezvényére, a Szekszárdi Szüreti Napokra is markáns hatással volt, hiszen az eseményt 2020. évben nem tartották meg, 2021-ben más formában, szűkebb kínálattal Őszi Fesztivál néven került lebonyolításra. A védettségi előírások és kötelezettségek okán a rendezvényt látogatói köre is nagymértékben szűkült, ami befolyásolta a városlakók rendezvények, kulturális kínálattal szembeni elégedettségét is.

### 1. Szakirodalmi áttekintés és módszertan

A településen szervezett rendezvények, eseményeknek kiemelkedő szerepe van. Az alkalmazott marketingstratégia feladata, hogy segítse a városi gazdaság fejlődését, a város imágének javítását és fogyasztásának növelését, mivel a rendkívül sokrétű célpiac szemében is más és más jelent ugyanaz a terület. A várostermék sokkal komplexebb a fogyasztói árucikkekénél, a termék ugyanis ez esetben azonos magával a területtel, a régióval, a településsel (KOZMA 2002, GORDOS 2000). A bor jelenleg turisztikai vonzerőként sikeresebb, mint kereskedelmi terméként (ANGLER 2017). A pozicionálás, a márképítés a területi marketing meghatározó feladata (MOLNÁR et al. 2015). A borturizmus fejlődése a borutak, klaszterek, új rendezvények születése szintén segíti a közösségi bormarketing erősödését (GONDA–RAFFAY 2015, GONDA 2017, MÁTÉ et al. 2015b, MÁTÉ 2007). A Szekszárdra érkező turisták a borral, borvidékkel, borászokkal, borúttal és a szüreti fesztivállal kapcsolják össze Szekszárdot, vagyis a helyi borászok sikerei széles körben ismertek, és markáns elemeivé váltak a város pozitív megítélésének. Megállapítható, hogy az elmúlt évtizedben jelentősen megnőtt azon pincészetek száma, melyek nemzetközileg is versenyképes borokat készítenek, építészetileg is kiemelkedő pincék, szálláshelyek és feldolgozók létesültek (SLEZÁK-BARTOS et al. 2016). A borturizmus megerősödése javít Szekszárd turisztikai helyzetén, de a túlzott egy lábbon állás kiszolgáltatottá teszi a piacon. A helyi társadalom igényli a hagyományok felélesztését, megtartását, amelyben a hagyományörző csoportoknak is nagy szerepük van. A Szekszárdi Szüreti Napok érdeme, hogy életben tartja ezeket a hagyományokat, hiszen 1970-től töretlenül szervezik meg minden évben. Óriási jelentősége van annak, hogy 2005-ben megtudott újulni a rendezvény mind tartalmában, mind formájában, tehát a programok, a helyszínek, a borpavilonok, a név és logó tekintetében, amely a mostani sikerekhez elengedhetetlen feltétel volt. Ezzel párhuzamosan a szekszárdi borok és pincészetek is hatalmas fejlődésen mentek keresztül az elmúlt húsz évben, amely megalapozta a fesztivál minőségi boros szolgáltatásait. Megerősödtek a borászok civil szerveződései, amelyeken keresztül megfogalmazták elvárásaikat a rendezvénnyel kapcsolatban, sőt társszervezőkké váltak a Szekszárd Borvidék Nonprofit Kft. révén (ANGLER 2016). A fesztivál és borpavilonok

minőségi változásának köszönhetően sokkal több borász vesz részt a Borudvarban, mint a 2005 előtti években. A jelenlegi borpavilonok nemcsak kulturáltabb helyszínt biztosítanak a borkóstoltatáshoz, de a borászok közötti együttműködést is erősítik, hiszen egy pavilonban általában kettő borászat mutatkozik be (MÁTÉ et al. 2015a, SLEZÁK-BARTOS – HORVÁTH 2017). Szekszárdon, a fesztiválra érkező turisták esetében kiemelt szerepet kap a borvidék, borászatok megismerése, akár a borással való személyes találkozás lehetősége; így feltételezhető, hogy további alkalmakkor is – szívesen vesznek részt borfesztiválokon, borkóstolókon, borvacsorákon, gasztrorfesztiválokon (GONDA 2017). Ugyanakkor a médiában látottak, hallottak, olvasottak, a személyesen megtapasztaltak, a rokonok, ismerősök által elmondottak egyaránt táplálják az adott településről kialakult imázst (MICHALKÓ 2014). A turizmus fejlesztésének feltétele az önkormányzatok aktív szerepe, hiszen azok felelnek többek között a települések környezetéért, az építészeti örökség védelméért, az utcák, a terek rendben tartásáért, és a helyi fejlesztési tervek kidolgozásáért (SPIEGLER 2009).

A tanulmány Szekszárdon életvitelszerűen élők körében, kérdőíves felméréssel végzett kutatás kapcsán a megkérdezések véletlenszerűek, önkéntesek és anonimok voltak. A felmérés online és offline módon történt egyszerű véletlen mintavétellel. Az online kérdőívet a közösségi média felületein tettem közzé. Offline módon az idősebb korcsoportba tartozók által kerültek kitöltésre a kérdőívek, melynek eredményeit később rögzítettem az online felületre. A nyitott kérdések esetében szabad véleményre adódott lehetőség a válaszadóknak. A statisztikai feldolgozás érdekében a kérdéstípusok többsége (előre meghatározott válaszokat tartalmazó) zárt kérdés, valamint értékelési skálába (1-től 5-ig számmal) sorolt válaszokat tartalmazó kérdés volt. A feldolgozás során az Excel adatbázis alapján összesítő, arányokat, értékátlagokat bemutató diagramok készültek. Jelen tanulmányban a kérdőíves kutatás Szekszárd megyeszékhely rendezvényeinek megítélését vizsgáltam a Covid és a lezárások időszaka alatt.

## **2. Eredmények**

A KSH adatai szerint 2011-es népszámlálási adatok alapján Szekszárdon 34.296 ember élt életvitelszerűen, ez 1933 fővel kevesebb, mint a tíz évvel korábban mért adat. A 2011-ben mért adatok alapján Szekszárd lakosságának 46,34%-a férfi, 53,66%-a nő. A település legnépesebb korcsoportja az 55-59 éves korosztály volt, így 2014-re nagy valószínűséggel már a közvetlen nyugdíjazás előtt állók csoportja lehetett a legszélesebb, illetve tekintve az azt megelőző osztályokat, gyakorlatilag folyamatos növekedésre lehetett számítani (KSH 2011). Szekszárd utolsó becsült népessége 32 488 fő 2019. évben, ami akkori Magyarország népességének 0.33%-a, Tolna megyének 14.81%-a. Ha népesség azonos ütemben változna, mint 2018. évről és 2019. évre (-1.47%/év), akkor 2020-ban Szekszárd lakossága 32 009 fő és 2022-ban Szekszárd lakossága 31 073 lenne (nepesség.com 2022). A lakónépesség az adott területen lakóhellyel rendelkező és másutt tartózkodási hellyel nem rendelkező személyek, valamint az ugyanezen területen tartózkodási hellyel rendelkező személyek együttes számaként értelmezhető (www.teir.hu).

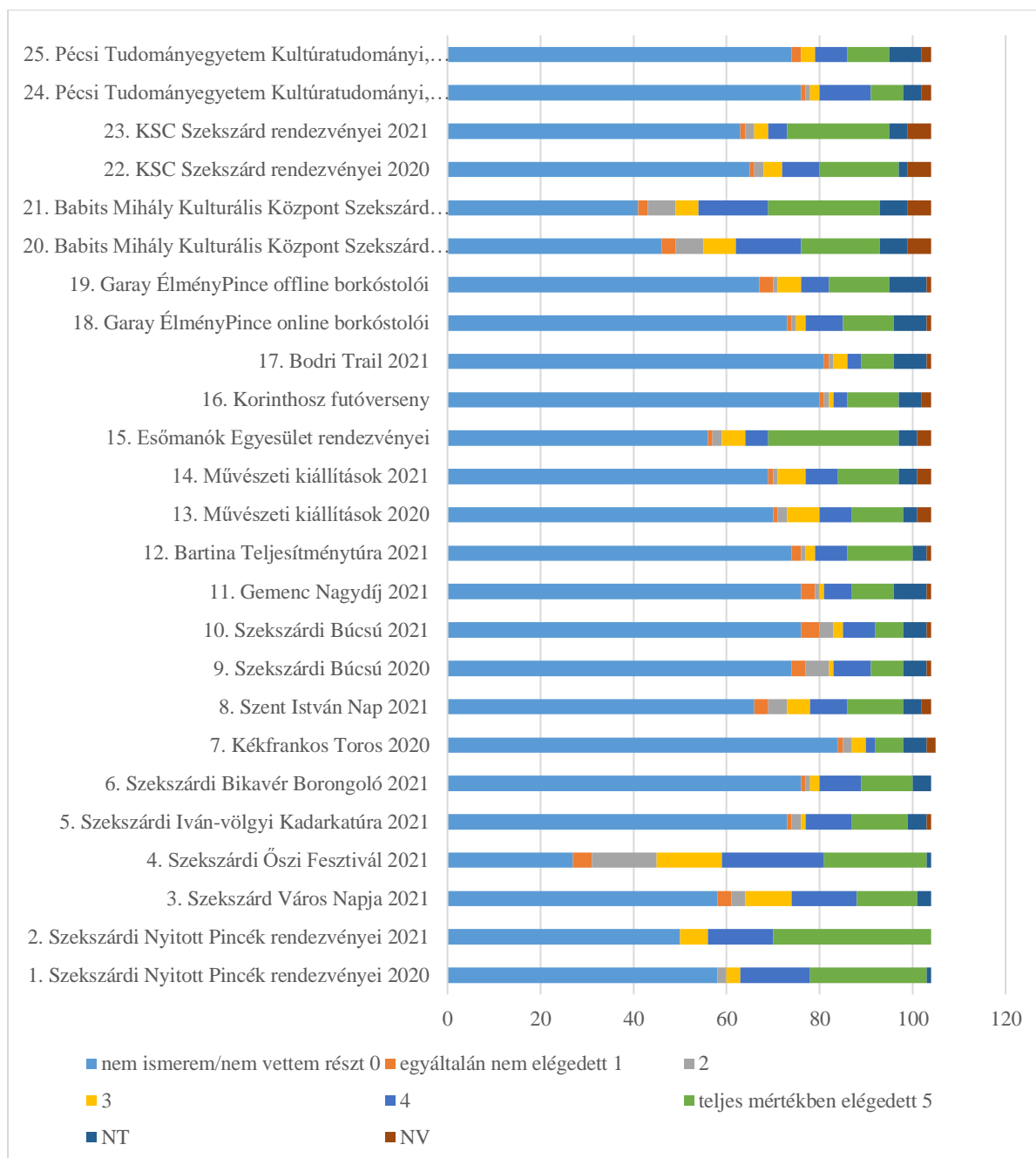
A kérdőíves kutatásban 104 Szekszárdon élő/dolgozó válaszadó vett részt. A megkérdezettek kisebb része férfi (29,8 %), nagyobb arányban nő (70,2 %) volt. A mintában minden korosztály képviselteti magát, 13,5 % a fiatal korosztályból (18-29 év) került ki, 23,1 %-a 30-39 év közötti, 41,3 % 40-49 év csoportban szerepel, 50-59 évesek aránya 13,5 % és a 60-69 év közöttiek 6,7 %-kal, a 70 év feletti 1,9%-kal jelennek meg a mintában.

A megkérdezettek 73,1 %-a felsőfokú végzettséggel rendelkezik, 66,3 %-a anyagi körülményeit átlagosnak jellemezte, 76 %-a 2-4 fős háztartásban él. Az alacsony számú kitöltést a magas aránnyal rendelkező felsőfokú végzettségű válaszadókkal magyarázhatjuk, az alacsonyabb végzettségűek valószínűsíthetően nem tartják relevánsnak a kutatásban való részvételt, a véleménynyilvánítást. A válaszadók 88,6 %-a Szekszárdon dolgozik vagy tanul.

Kizárólag a 2020 februárjától és 2021. évben megrendezett rendezvények szerepeltek a kutatásban. Több rendezvény kapcsán külön vizsgáltam a 2020 és 2021 éveket, hiszen a vonatkozó jogszabályok, a városlakók hangulata, hozzáállása és lehetőségei; valamint a rendezvényt szervezők és az önkormányzat, városvezetés lehetőségei és kötelezettségei is különbözőek voltak a két évben (1. ábra).

1. ábra 2020. februártól 2021. év végéig tartó időszakban a rendezvényeken történő részvétel és elégedettség

(Értékelés 0-5-ig; A 0 a „nem ismerem/nem vettem részt”, az 1-es az „egyáltalán nem elégedett”, az 5-ös a „teljes mértékben elégedett”, NT/NV „nem tudja/nem válaszol” választ jelenti.)



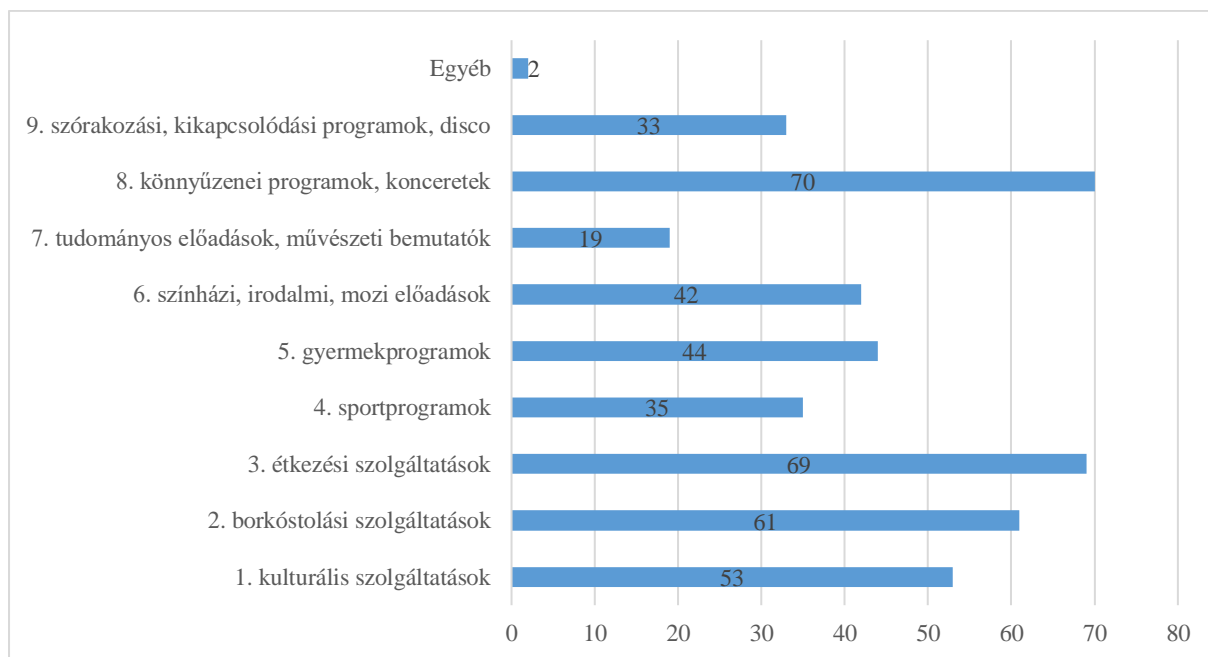
Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját összeállítás 2022

A rendezvények vizsgálatakor megállapítható, hogy a szervezők 2021-ben bátrabban, nagyobb számban rendeztek az eseményeket, felmérve a keresleti oldalon megjelenő igényeket. 2020-ban a teljes lezárások alatt és utáni nyári időszakban még nagymértékű volt a bizonytalanság, mind keresleti mind kínálati oldalon. 2021-ben is leginkább azon rendezvények kerültek megszervezésre, amelyek megfeleltek a jogszabályi kereteknek, a szigorú védettségi követelményeknek. Jól látszik az elégedettségi eredményeket vizsgálva, hogy a válaszadók nagyobb, hangsúlyosabb része szinte az összes rendezvény esetében nem vett részt/nem tudott az esemény létéről; nem minősítette azt. Az elégedettségi adatok közül a Babits Mihály Kulturális Központ 2021. évben szervezett és lebonyolított eseményeit szeretném kiemelni, melyeket a válaszadók 37,5 %-a 4 és 5 értékkel jelölte meg. Meg kell említeni a Szekszárdi Őszi Fesztivál rendezvényt, amelyet a városvezetés a Szekszárdi Szüreti Napok időszakában szervezett. Az eseménynek fogadtatása, az elégedettségi vizsgálat ebben az esetben kettős volt — a válaszadók közel harmada (30,8 %-a) legfeljebb 3-asra értékelte a rendezvényt, míg a megkérdezettek több mint ötöde (21,2 %) teljes mértékben elégedett az esemény szervezésével.

Szekszárd adottságait figyelembe véve nem meglepő, hogy a rendezvényeken releváns igénybevett szolgáltatások között a válaszadók a borkóstolási lehetőségeket, kínálatot emelték ki (2. ábra). A megkérdezettek a rendezvényeken elérhető lehetőségek közül legfontosabbnak a könnyűzenei programokat, koncerteket (67,3%) és az étkezési szolgáltatásokat (66,3%) jelölték meg.

2. ábra: A rendezvényeken igénybe vett szolgáltatások és a programokon való részvétel gyakorisága

(Több válasz is adható volt)

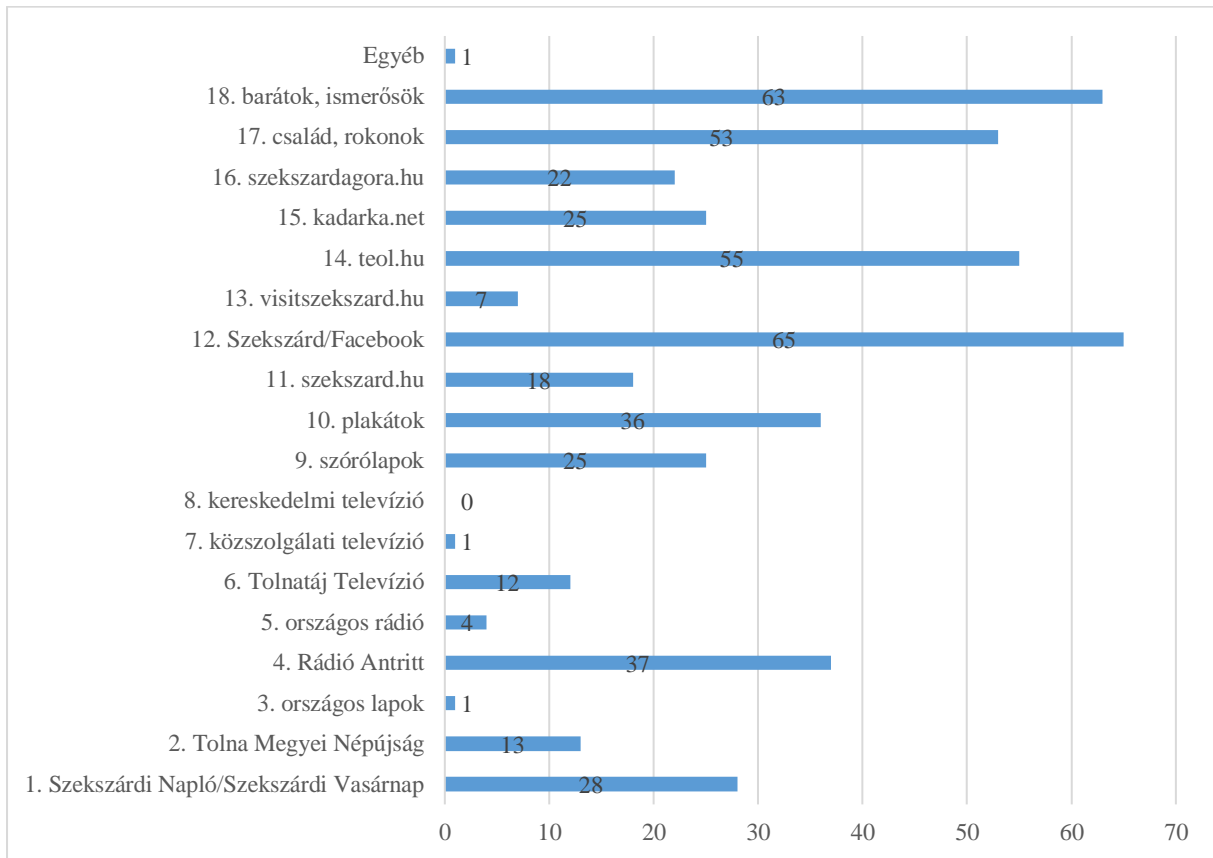


*Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját összeállítás 2022*

A 3. ábra eredményei alapján elmondható, hogy a válaszadók széleskörűen tájékozódnak az eseménylátogatások előtt; több szempontot, információszerzési forrást jelöltek meg. A megkérdezettek legnagyobb számban a családot, rokonokat illetve a barátokat, ismerősöket jelölték meg az aktuális információk figyelemmel követése kapcsán (3. ábra). Kiemelkedő hasznosságot képviselnek továbbá a teol.hu internetes portál és Szekszárd város Facebook oldala, továbbá a szórólapok és a plakátok alkalmazása. A szekszárdiak hírszerzésében a Rádió Antritt fontos szerepet játszik a kutatás szerint.

### 3. ábra: Információiszerzés a Szekszárdon történő eseményekről

(Több válasz is adható volt.)



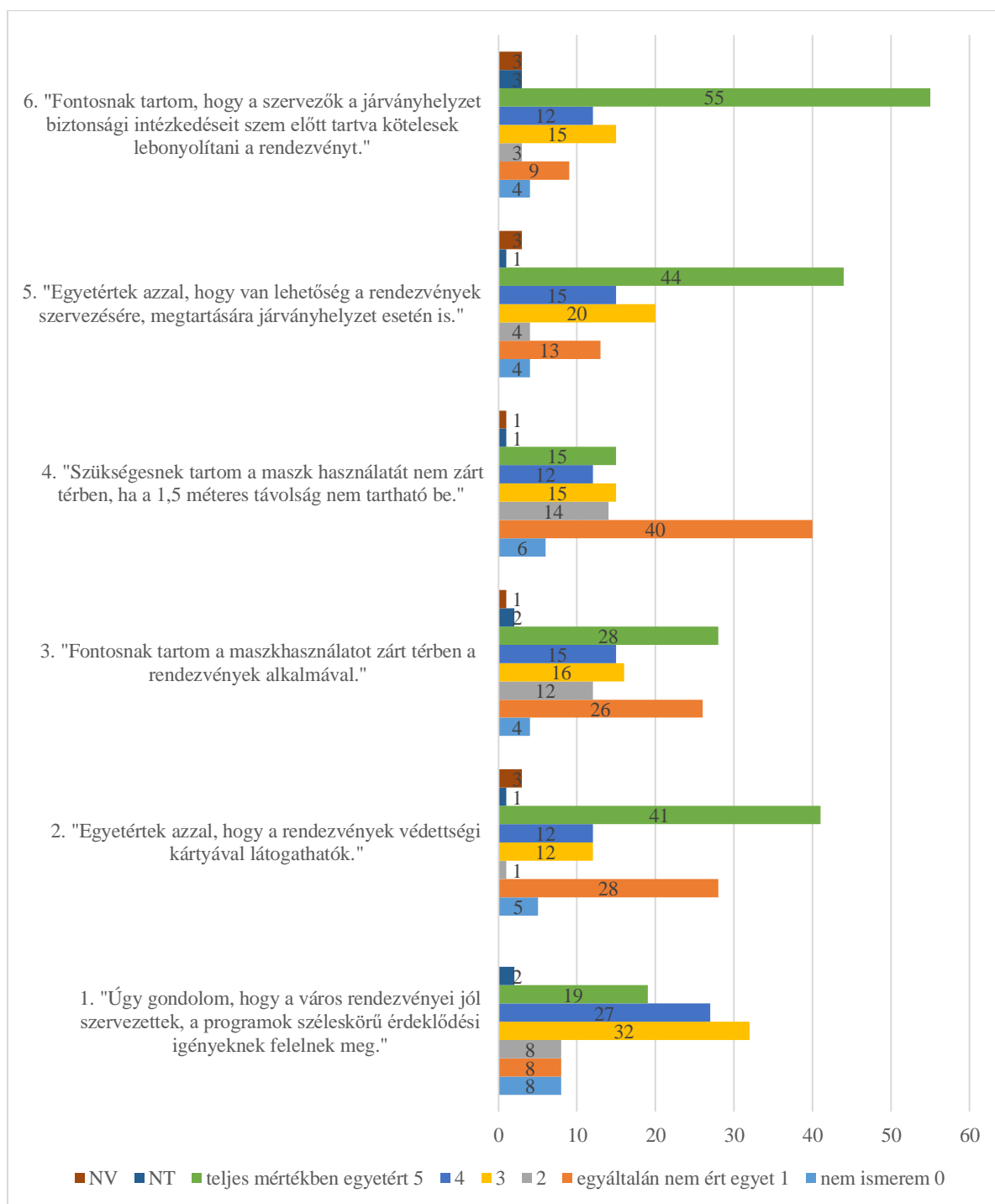
*Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját összeállítás 2022*

Az attitűdök kialakulását meghatározhatja a személyes tapasztalat és a változó szükségletek, a szelektív észlelés. Ennek alapján a valóságot egyéni képességeink szerint értelmezzük, határozódik meg valamely termékekről, márkákról kialakuló attitűd, illetve maga a vásárló személyisége, valamint csoportkapcsolatai is erősen befolyásolják a tapasztalatokat. Az attitűdök nem figyelhetők meg közvetlenül, csupán az egyének kommunikációjából és cselekedeteiből következtethetünk az irányukra (DÖRNYEI – PETHŐ 2019).



4. ábra: Attitűdállítások a Szekszárd szervezett rendezvényeivel kapcsolatosan

(Az állítások kizárólag 2020. február után szervezett rendezvényekre vonatkoznak. Értékelje 0-5-ig! A 0 a „nem ismerem”, az 1-es az „egyáltalán nem egyet”, az 5-ös a „teljes mértékben egyetért”, NT/NV „nem tudja/nem válaszol” választ jelenti.)



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját összeállítás 2022

A magyar vásárlói típusokat több csoportosító változó mentén határozták meg, mint a nemük, generációs hovatartozásuk vagy trendaffinitásuk szerint (TÖRŐCSIK 2017). Azonban a magatartást a különböző mentalitás, habitus és az eltérő körülmények is befolyásolhatják (FÖLDI 2012). A 4. ábrán összegeztem a szekszárdi rendezvényekre megfogalmazott attitűdállítások eredményeit. A koronavírus miatti vészhelyzeti időszakban megjelenő

szervezői kötelezettségek, — védettségi kártya ellenőrzése, szigorú biztonsági előírások a rendezvényeken, maszkhasználat, — iránti egyetértés, illetve a szabályok iránti ellenállás feltárása volt a cél városlakói oldalról. A megkérdezettek több mint fele (55,9 %-a) fontosnak tartja, hogy a szervezők a járványhelyzet biztonsági intézkedéseit szem előtt tartva lebonyolítsák le a rendezvényt; valamint 42,3 %-uk egyetért azzal, hogy van lehetőség a rendezvények szervezésére, megtartására járványhelyzet esetén is. A zárttérben előírt maszkhasználat és a védettségi kártyához kötött rendezvénylátogatás már kettős képet mutatott. A válaszadók 26,9 %-a teljes mértékben fontosnak tartja a maszkhasználatot zárt térben a rendezvények alkalmával, míg 25 %-uk teljesen elutasító választ adott. A megkérdezettek 39,4 %-a teljesen egyetért azzal, hogy a rendezvények védettségi kártyával látogathatók, ezzel szemben 26,9 %-uk teljesen ellenzi a használatát.

### **Következtetések**

A pandémia bizonytalanságot okozott a rendezvények szervezésében és lebonyolításában mind kínálati mind keresleti oldalon. Megváltozott az eseménykínálat, a nem zárttérben lebonyolítható események kerültek nagyobb számban megrendezésre. A sport- és kulturális programok mellett a bor és a borvidék jelent meg központi témaként. Eltűntek a kínálatból a nagy tömegeket megmozgató események, szűkebb fogyasztói kört vonzottak és a jogszabályi keretekhez illesztett, kontrollált módon szerveződtek. A kutatás eredményeiből látszik, hogy a városlakók elsősorban kikapcsolódási, gasztronómiai élményeket kerestek. A 2021-es év rendezvényein már nagyobb és bátrabb érdeklődés jelent meg a programok iránt, mint 2020-ban. A rendezvényeken résztvevők a könnyűzenei programokat, koncerteket, étkezési szolgáltatásokat, borkóstolási szolgáltatásokat jelölték meg elsődleges célként az eseményeken történő részvételük kapcsán. A kutatás szerint a rendezvények szervezését fontosnak tartják a településen lakók járványhelyzet idején is, emellett azonban a résztvevők szükségesnek ítélik meg a biztonsági intézkedések maradéktalan betartását.

### **Irodalomjegyzék**

- ANGLER, K. (2017): Borkóstolás vendéglátós szemmel I.: A borkóstoló, mint gasztronómiai rendezvény. In: MÁTÉ, A. (szerk.): *Modern egyetem - hasznosítható tudás.* (3-36). Szekszárd: PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar.
- ANGLER, K. (2016): „Egyedül nem megy!” Formális és informális együttműködések sikeres gyakorlatai Szekszárd borturizmusáért. In: IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS. – DARABOS F. (szerk.): *„Turizmus és innováció”*: VIII. NEMZETKÖZI TURIZMUS KONFERENCIA 2016: Tanulmányok. pp. 51-63, 394 p.
- DÖRNYEI, O. – PETHŐ, B. (2019): Vásárlók attitűd alapú szegmentálása reprezentatív mintán. In: VERES, Z. – SASNÉ GRÓSZ, A. – LISKA, F. (szerk.): *Ismerjük a vevőt?: A vásárlás pszichológiája : Az Egyesület a Marketingoktatásért és Kutatásért XXV. Országos konferenciájának előadásai.* Veszprém, Magyarország: Pannon Egyetem. pp. 615-635, 21 p.
- FÖLDI, K. (2012): *„A fogyasztói üzletválasztási döntések az élelmiszerorientált kiskereskedelemben”*, Doktori értekezés, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola.
- GONDA, T. (2017): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai.* PTE KPVK, Szekszárd. 226 p.
- GONDA, T. (2014): A turisztikai klaszterfejlesztés régiós tapasztalatai a Dél- Dunántúlon. *Modern Geográfia* 2014(3): pp. 1-16.

- GONDA, T. – RAFFAY, Z. (2015): A tematikus utak szerepe a turizmus- és vidékfejlesztésben. *A Falu* 30(1): pp. 49-58.
- GORDOS, T. (2000): A városmarketing néhány kérdése. *Tér és Társadalom* 14(2-3): pp. 183-193.
- KOZMA, G. (2002): *Terület és településmarketing*. Debrecen, Kossuth Egyetemi Kiadó.
- MÁTÉ, A. (2007): A „Pannon Borrégió” Borútjainak összehasonlító értékelése. *Modern Geográfia* 2017(4): pp. 1-15, 61 p.
- MÁTÉ, A. – NAGY, E. (2015): A turizmusfejlesztés szerepe és hatása a versenyképességre, a település imázsra és az arculatra. *Településföldrajzi Tanulmányok* 4(2): pp. 94-107.
- MÁTÉ, A. – SPIEGLER, P. – ANGLER, K. – KRIZL, E. (2015): A bormarketing innovatív trendjei. In: HORVÁTH, B. (szerk.) *Tolna megye egyik húzóágazatának a jövője: Szőlészeti – Borászati Trendkutatás*. PTE Pécs, pp. 88-128.
- MÁTÉ, A. – SLEZÁK-BARTOS, ZS. - VAS GULD, ZS. (2015): A fesztiválturizmus fejlődése és korlátai Szekszárdon. In: IVANCSÓNÉ HORVÁTH, ZS. – DARABOS F. (szerk.): „Turizmus és innováció”: VIII. NEMZETKÖZI TURIZMUS KONFERENCIA 2016: Tanulmányok. pp. 51-63, 394 p.
- MICHALKÓ, G. (2014): Városimázs és versenyképesség: a turizmusorientált településmarketing néhány aspektusa. In: TÓZSA, I. (szerk.): *Turizmus és településmarketing: Tanulmánykötet*. 195 p. Budapest: BCE Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék. pp. 37-46.
- MOLNÁR, L. – PISKÓTI, I. – DANKÓ, L. – NAGY, K. – SZAKÁL, Z. (2015): Térségi identitás és márka-modellek gyakorlati adaptációja társadalmi marketing megközelítésben. In: VERESNÉ SOMOSI, M. – LIPTÁK, K. (szerk.): „Mérleg és Kihívások” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia. pp. 340-353.
- SLEZÁK-BARTOS, ZS. – VAS-GULD, ZS. – ANGLER, K. – KRIZL, E. (2016): "Kreatív fejlesztések – kreatív város" egy jó gyakorlat alapján. In: GONDA, T. (szerk.): *A Kárpát-medence turizmusának és vidékfejlesztésének aktuális kérdései: Tanulmányok a turizmus és a vidékfejlesztés témaköréből*. Szekszárd, PTE, Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, 2016. pp. 68-86.
- SLEZÁK-BARTOS, ZS. – HORVÁTH, Z. (2017): Marketing kommunikáció hagyományos eszközei a turizmusban - elméleti alapok. In: MÁTÉ, A. (szerk.): *Modern egyetem - hasznosítható tudás*. Szekszárd, PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, 2017. pp. 104-118.
- SPIEGLER, P. (2009): A turisztikai imázs és a területi identitás jelentősége a térségi marketingben. In: *Területfejlesztés és innováció* 3(1): pp. 16-23.
- SULYOK, J. (2006): A turisztikai imázs. *Turizmus Bulletin* 10(4): pp. 55–62.
- TÖRÖCSIK, M. (2017): „Fogyasztói magatartás - Insight, trendek, vásárlók”, ISBN: 9789630591584, Akadémiai Kiadó, Budapest

# TOKAJ-HEGYALJA BORTURIZMUSÁNAK VÁLTOZÁSA A BORKÉSZÍTÉSI TECHNOLÓGIAI VÁLTÁS TÜKRÉBEN

<sup>1</sup> Rozgonyiné Drotár Nikolett – <sup>2</sup> Szalók Csilla – <sup>3</sup> Petykó Csilla – <sup>4</sup> Nagy Adrienne

<sup>1</sup> Nyíregyházi Egyetem; drotar.nikolett0411@gmail.com,

<sup>2</sup> Budapesti Gazdasági Egyetem; Szalok.Csilla@uni-bge.hu

<sup>3</sup> Budapesti Gazdasági Egyetem; Petyko.Csilla@uni-bge.hu

<sup>4</sup> Budapesti Gazdasági Egyetem; Nagy.Adrienne@uni-bge.hu

## Absztrakt

A rendszerváltozást követően Tokaj-Hegyalja szőlőtermesztésében és borkészítésében változás következett be. A privatizáció révén a családi pincészetek mellett megjelentek a külföldi borászatok, akik új szőlőfajtákat telepítettek, és akkor még a térségben nem alkalmazott reduktív technológiát is elkezdtek bevezetni. Ezen változtatások eredményeként ma már harmincnegyven fajta szőlőt termesztenek a borvidéken és mind a hazai mind a külföldi borászatok három borkészítési technológiával dolgoznak, az oxidatív a reduktív és kombinált eljárással. A kutatás tárgya annak a vizsgálata, hogy a szőlőtermesztésben és borkészítésben bekövetkező változások milyen hatást gyakoroltak a borturizmusra, hogyan alakultak át a borfogyasztási szokások a turisták részéről a borvidéken.

*Kulcsszavak: borturizmus, Tokaj-Hegyalja, borkészítési eljárások*

## **Tokaj-Hegyalja természeti adottságai a szőlőtermesztés tükrében**

Tokaj-Hegyalja erősen tagolt dombvidék, amelynek természetföldrajzi adottságai a szőlőtermesztés ökológiai feltételeinek kedveznek. Az ökológiai feltételeknél fontosak a talajtani adottságok, a lejtőviszonyok, és a hőmérsékleti jellemzők. A kistáj alapkőzeteit az andezit és riolitváltozatok képezik. A vulkáni kőzetek és a talajtani adottságok hozzájárulnak a szőlő és a bor változatos ízvilágához. A szőlőtermesztésre legalkalmasabb talajok a löszön, és nyirkon képződött talajok. A tokaji Nagy-hegy vulkáni kőzeteit vastag lösztakaró fedi, a térség déli részén a lösz, még az északi és északnyugati részén a nyiroktalaj jellemző. Domborzati szempontból a déli fekvésű és 10-25%-os lejtési viszonyok a legkedvezőbbek (BOROS – HORVÁTH – CSÜLLÖG 2012). A lejtésviszonyokat változatosabbá teszik az öblözetek (Erdőbényei-öblözet) és félmedencék (Bodrogkeresztúri-félmedence). Ezekon a területeken nagyobb a napsugarak beesési szöge, mint a síkvidéki területeken, így ez olyan, mintha a mediterrán területen művelnék a szőlőt a tokaj-hegyaljai szőlősgazdák (BOROS 2007).

Hőmérsékleti és éghajlati szempontból kedvező adottsága Tokaj-Hegyaljának a hosszú, száraz, és napos koraósz amely kedvez az aszúsodás folyamatának, főleg akkor, ha előtte csapadékos időszak volt. Továbbá a Bodrog és a Tisza folyó közelsége, a légnedvesség és a párolgás miatt jelentős (BOROS – HORVÁTH – CSÜLLÖG 2012).

### **A tokaj-hegyaljai birtokviszonyok változása az 1990-es évek után**

A Tokaj-Hegyaljai Állami Borkombinát 1971-től a rendszerváltásig működött a térségben. A borgazdaságot államosították, így nem a minőség, hanem a mennyiség számított a borkészítésben. Ahhoz, hogy az előre meghatározott mennyiséget teljesíteni tudják, a szőlők a nehezen művelhető domboldalokról a szoknyaterületekre, valamint a fagyzugos síkterületekre helyeződött. 1990-ig a Borkombinát felvásárolta a magántermelők, szakszövetkezetek, téveszek által szüretelt szőlőt és aszúszemeket majd iparszerűen feldolgozva érlelés után egyetlen palackozóban, Tolcsván palackozta a készleteket. A megtermelt bormennyiség biztos felvevőpiacai a KGST tagországok voltak. 1991-ben változás következett be a borvidéken, mert megkezdődött a föld és szőlőterületek, a borkészletek, a pincék, és a működéshez szükséges termelő eszközök magán-, vagy társasági kézbe adása. A KGST megszűnésével az értékesítési lehetőségek a piacon beszűkültek. 1991 után a Borkombinát jogutódjaként megalakult a Tokaj Kereskedőház (Grand Tokaj), megjelentek a részben magyar és külföldi érdekeltségű részvénytársaságok, valamint a tulajdonviszonyoknál a harmadik csoportot a kistermelők jelentették ([http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/szerkezet\\_visszavaltas\\_tokaj\\_hegyaljan/](http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/szerkezet_visszavaltas_tokaj_hegyaljan/)).

2017-es adatok alapján, Tokaj-Hegyalján 494 borkészítéssel foglalkozó vállalkozás működött. Hét településen (Mád, Mezőzombor, Tarcál, Tokaj, Olaszliszka, Tolcsva, Sárospatak) tíz külföldi tulajdonban lévő borászat található (3. táblázat). (<https://www.kormanyhivatal.hu/download/f/63/93000/Bor%C3%A1szati%20C3%BCzem%20lista.pdf>).

1. táblázat: Külföldi tulajdonban lévő borászatok megnevezése és területi elhelyezkedése (2017)

Borászat neve	Tulajdon	Település
Chateau Dereszla	francia	Bodrogkeresztúr
Royal Tokaji	angol, amerikai	Mád
Disznókő szőlőbirtok	francia	Mezőzombor
Chateau Pajzos-Megyer	francia	Sárospatak, Tolcsva
Oremus	spanyol	Tolcsva
Samuel Tinon	francia	Olaszliszka
Tokaj Hétszőlő	francia	Tokaj
Degenfeld Szőlőbirtok	német-magyar	Tarcal
Királyudvar	amerikai	Tarcal

*Forrás: [http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/szerkezet\\_visszavaltas\\_tokaj\\_hegyaljan/](http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/szerkezet_visszavaltas_tokaj_hegyaljan/)*

### A borvidéken termesztett szőlőfajták számában és jellegében bekövetkező változások

Tokaj-Hegyalja szőlőtermesztésében a rendszerváltás hozott változást, amely a külföldi tőke beáramlásának következménye volt. 1990-ben a tokaj-hegyaljai szőlőterületek kiterjedése 6602 hektár volt (BOROS 2012). A külföldi cégek és a magyar befektetők is igyekeztek a korábban elhagyott déli lejtőkön újra telepíteni a szőlőt, és folyamatosan szűntek meg a nagyüzemi gazdaságok szoknya területen telepített ültetvényei. A visszahódított lejtőkre a hagyományos szőlőfajták (furmint, hárslevelű, sárgamuskotály) mellett megkezdődött huszonöt fehérszőlő fajta (chardonnay, kövérszőlő, kabar, sauvignon, tramini, zengő stb.) és tízfajta kékszőlő (zweigelt, pinot noir, syrah stb.) telepítése. A szőlő termőre fordulása 3-5 év, a termőképességét öt év után lehet hasznosítani. 2003- és 2019 között a huszonöt új fehérszőlőfajtaival beültetett terület nagysága közel megduplázódott. 2003-ban 165 ha, még 2019-ben 300 ha-ra növekedett. Kékszőlőfajták termesztésével a zárt borvidéken a rendszerváltás előtt nem lehetett foglalkozni. 2019-es adatok alapján a kékszőlővel beültetett terület nagysága 23 ha volt (<https://www.hnt.hu/wp-content/uploads/2019/12/Borsz%c5%91l%c5%91vel-be%c3%bcletetett-ter%c3%bclet-Tokaji-borvid%c3%a9k-20190731.pdf>).

2. táblázat: A Tokaji borvidéken telepített szőlőfajták változása 1990 és 2019 között

Tokaj-Hegyalján termesztett szőlőfajták		
Év	Fehérszőlő	Kékszőlő
1990 előtt	3 fajta Furmint, Hárslevelű, Sárgamuskotály	0 fajta -----
2005-ben	10 fajta Furmint, Hárslevelű, Sárgamuskotály, Zéta, Kövérszőlő, Kabar, Zenit, Zengő, Ottonel muskotály, Királyleánya,	3 fajta Kékfrankos, Zweigelt, Pinot noir
2019-ben	28 fajta Furmint, Hárslevelű, Sárgamuskotály, Zéta, Kövérszőlő, Kabar Zenit, Zengő, Ottonel, Királyleánya, Chardonnay, Sauvignon, Tramini, Chasselas, Bianca Szürkebarát, Cserszegi fűszeres, Olasz rizling, Irsai Olivér, Rajnai rizling, Ezerfürtű Rizlingszilváni, Pinot blanc, Gohér, Pölöskei muskotály, Fekete leánya, Zalagyöngye	10 fajta Kékfrankos, Zweigelt, Syrah Pinot noir, Cabernet franc, Cabernet sauvignon, Purcsin Kékoportó, Hamburgi muskotály, Blauburger

*Forrás: Hegyközségek Nemzeti Tanácsa adatai alapján*

Az 1990-es évek előtt a három fő szőlőfajta (furmint, hárslevelű, sárgamuskotály) telepítése volt megengedett. 2019-es adatok alapján huszonnyolc fehérszőlő és tízfajta kékszőlő termesztését végzik a térségben. Az új szőlőfajták megjelenésének következménye, hogy a borválaszték bővült a térségben (HNT adatai alapján).

### **A borkészítési technológiák jellemzői és alkalmazásuk a borvidéken**

Az új szőlőfajták telepítése kapcsán megjelenő borválaszték bővülése mellett nagyon lényeges volt a szőlő feldolgozás technológiájában bekövetkezett változás, amely a korábbi oxidatív, pincéhez kötött hordós érlelést váltotta fel. A reduktív érlelés lényege, hogy sem pincét, sem hordót nem igényel, csupán egy jól zárható acéltartályt, ahol az oxigén teljes kizárásával történik az érlelés. Ennek az új technológiának köszönhető, hogy Tokaj-Hegyalján jelen van a borkínálatban, a testesebb kimondottan erre a területre jellemző ízharmóniát produkáló bor, amely szoros kapcsolatban volt a pinceklímát alakító nemes penésszel és a könnyedebb, gyümölcsös ízvilágú is, amely a reduktív erjesztési folyamat eredménye (ZELENÁK 2012).

Az oxidatív magas élők munkáigényes technológia nagy szakértelmet követelt, hiszen a borokat évente többször kellett lefejtetni a seprőről és a pince mikroklímájában lévő nemespenész által termelt gyulladáscsökkentő anyagok bekerültek a borba. Az így kialakult magas penicillin tartalom miatt, az aszúbor 1952-ig a magyar gyógyszerkönyvben szerepelt, és gyógyszerárakban árulták (MAGYAR 2015). A XVI-XVII. századtól kezdve Tokaj-Hegyalja imázsát és turisztikai vonzerejét az „aszú” bor képezi (<http://www.mad.info.hu/az-aszubor-tortenete>).

A reduktív borkészítési technológia bevezetésének a célja, hogy a pinceműveletek magas élők munkáigénye csökkenjen, és a borkínálat a jellegzetes ízvilág bővítésével növekedjen. Az oxidáció kizárásával megőrizték a borban az elsődleges illat- és zamat anyagokat. A reduktív borkészítés során irányított erjesztés történik, azaz az erjedő cefre hőmérsékletét jellemzően hűtéssel szabályozzák, így a borban lévő gyümölcsös komponenseket, aroma összetevőket őrzik meg. Az ily módon erjesztett borokat rövid idő alatt lehet elkészíteni, és néhány (akár egy-két) hónap alatt palackérettre tudják kezelni. Az új borkészítési technológiában nincs szerepe a pincéknek, a hordóknak, a nemespenésznek (*Cladosporium cellare*). Lényegesen lerövidül a reduktív bor érlelési ideje, és ami talán ennél is fontosabb, hogy az acéltartályos érlelés élők munka igénye alacsonyabb (TÓTH 2016).

Az oxidatív technológia nem volt gazdaságos a külföldi cégeknek, ezért az acéltartályos érlelést és tárolást választották, ami egy friss gyümölcsízű borkínálatot eredményezett.

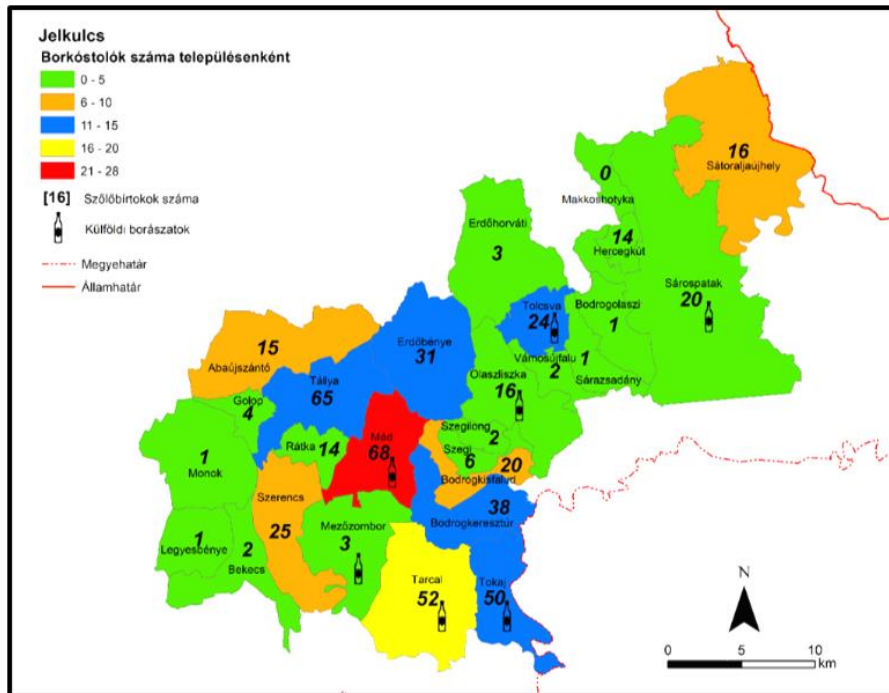
A reduktív és oxidatív borkészítési eljárást, a tokaj-hegyaljai borászok kombinálva is alkalmazzák, amely azt jelenti, hogy a borok hordós, és tartályos érlelést is kapnak.

### **Borturizmus fejlődése a kínálati oldal átalakulásával**

Szabó Géza tudományos munkáiban hangsúlyozza, hogy a borra, mint turisztikai vonzerőre alapozva kialakítanak tematikus útvonalakat. A tematikus utak központi eleme a bor, de emellett a tájegység természeti értékeit, épített örökségeit, gasztronómiai különlegességeit is bemutatják (SZABÓ 2002). Tokaj-Hegyalján is létrehoztak tematikus borutakat, amelyek a terület egy-egy szőlőfajtájához kötődtek. A Furmint, Hárslevelű, Sárgamuskotály, Zéta útvonal kapcsolta össze a legjelentősebb szőlőterülettel rendelkező településeket. A Zéta útvonal Tokaj és Sátoraljaújhely közötti településeket, a Sárgamuskotály Tokaj és Erdőbénye-, a Hárslevelű Tokaj és Szerencs közötti településeket fűzte fel. A Furmint útvonalat három település alkotta Tokaj, Tarcál és Bodrogkeresztúr (HANUSZ 2012).

A borutak helyett egy új szolgáltatás jelent meg a területen a „Borbusz”, amely ugyan nem kínál komplex szolgáltatást, de biztosítja a vele szerződő borászatok részére a turisták szállítását (<https://www.tokaj-turizmus.hu/borbusz-p-172.html>).

1. térkép: Tokaj-Hegyalja borkóstolóinak területi elhelyezkedése (2017)



*Forrás: Primer kutatás során szerzett adatok*

A rendszerváltás előtt a Tokaj-Hegyaljai Állami Gazdasági Borkombinátban és a kistermelőknél az akkori bortörvény értelmében a borturista öt borból álló kóstolón vehetett részt. Száraz furmint, félszáraz hárslevelű, száraz szamorodni, édes szamorodni és 3,4 vagy 5 puttonyos aszú szerepelt a kínálatban. Az állami pincészetekben a kóstolást borkorcsolyával tették változatossá, míg a kistermelők esetenként akár meleg ételt is tudtak felszolgálni (pincepörkölt). A borkínálat két jelentősebb borfajtája a tokaji aszú, és a szamorodni volt. Az aszú esetében a puttonyszám és az évjárata, míg a szamorodni esetében csak az évjarral fejezték ki a minőséget ([http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/szerkezet\\_visszavaltas\\_tokaj\\_hegyaljan/](http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/szerkezet_visszavaltas_tokaj_hegyaljan/)).

2017-es adatok alapján borkóstoltatást 159 borászat kínált a térségben. A térségben Bodrogolásztól nyugatra található a borkóstolók 90%-a. Makkoshotykán hivatalosan működő borkóstoló nem üzemelt. A borkóstoltatással foglalkozó vállalkozások települési szintű megoszlása eltérő, hiszen az összes borkóstoló 54%-a öt településre koncentrálódik (Tálya-Mád- Tarcal-Tokaj-Bodrogkeresztúr).



3. táblázat: A borkínálat megváltozása Tokaj-Hegyalja borkóstolóinak példáján keresztül

Borkóstolók kínálatának borfajtái	1990 előtt	2005-ben	2019-ben
Száraz Furmint,	O	O	O
Félszáraz Hárslevelű	O	O	O
Félédes Sárgamuskotály,	O	O	O
Száraz Szamorodni	O	O	O
Édes Szamorodni	O	O	O
Aszú 3-4-5-6 puttonyos	O	O	O
Száraz Sauvignon Blanc			O
Száraz Chardonnay			O
Cuvée száraz és édes (Furmint, Hárslevelű, Sárgamuskotály)		O	O
Cuvée száraz (Furmint, Hárslevelű)		O	O
Cuvée édes (Zéta, Kövérszőlő)			O
Száraz Zengő			O
Édes Zéta			O
Édes Kövérszőlő		O	O
Késői szüretelésű borok (Zéta, Furmint, Hárslevelű, Sárgamuskotály)		O	O
Pinot Noir (vörös)			O
Száraz Purcsin (vörös)			O
Száraz Pinot Noir (Rose)			O
Angyal (Rose)			O

*Forrás: Primer kutatás során szerzett adatok*

A táblázat adatai egyértelműen azt tükrözik, hogy az 1990 előtti borkínálat napjainkra több mint tíz borfajttal bővült. A hagyományos szőlőfajtákból készített borok, a furmint, hárslevelű, és sárgamuskotály mellett folyamatosan jelentek meg az új szőlőfajtákból készült borok (Sauvignon Blanc, Chardonnay, Zengő, Pinot Noir, Purcsin). Már 2005-ben is négy fajttal bővült a kínálat, de napjainkra az új telepítések termőre fordulásával korábban egyáltalán nem kínált borfajták teszik változatossá a borkóstolók kínálatát. A fajtaborok mellett megjelentek a házasított borok, 21%-ban a furmint, hárslevelű és sárgamuskotály, még 10%-ban a kövérszőlő, zéta kombinációt alkalmazták. A 2019-es kínálatban már nem jelent meg a három és négyputtonyos aszú csak az 5 és 6 puttonyost kínálják. A kieső kínálat helyett a késői szüretelésű borok kerültek be a kínálatba. A változás oka, hogy 2013-ban a Tokaji Borvidék Hegyközségi Tanácsa úgy döntött, az 5 puttonyos aszúnál kevesebb puttonyszámú bor nem készíthető. A 2013-as határozattal a tanács célja, a forgalmazott aszú borok minőségének és árfekvésének a javítása volt (<https://magyarnemzet.hu/archivum/fogyasztovedelem/megrazon-dontes-megszunik-a-3-es-4-puttonyos-aszu-4076007/>).

A késői szüretelésű borok alapanyagait a szüret után akár egy hónappal szedik, így magas a maradékcukortartalom. Rövidebb ideig érlelik, mint az aszút, vagy szamorodni fajtát. A vörösborokat például a Dobogó Pincészet „Izabella utca”, a Hétszőlő „Pinot noir”, (<https://happydrink.hu/termek/dobogo-izabella-utca-pinot-noir-rendeles/>), a Basilicius Borkultúra Központ „Purcsin” fantázianévvel értékesíti a borkóstolások alkalmával (<https://basilicus.hu/termek/purcsin-2019/>).

A kínálat bővítését jelenti, hogy dűlőszelektált, birtokborokat, gyöngyözőbort készítenek, és fantázianévvel ellátott borokkal színesítik a kóstolható borok számát.

A gyöngyöző borok esetében a borkóstolók a már meglévő alapborokat szén-dioxiddal dúsítják. A dűlőszelektált borok esetében, az egyes dűlők eltérő lejtőkiettségi és talajtani adottságait felhasználva a dűlőre jellemző íz és zamat változatokat kívánják bemutatni. A birtokboroknál az adott szőlőbirtokra leginkább jellemző szőlőfajtákból készült borokat, vagy ezekből készült cuvée borokat kínálnak. A fantázianevekkel ellátott borok esetében a korábban furmint,

hárslevelű, vagy sárgamuskotály bornak hangzatos nevet adnak, amely felkelti a vendég figyelmét, és motiválja a kóstolásra (Majoros and Pearls, Blanka Cuvée, Omlás Furmint, Ne habozz sárgamuskotály) (DROTÁR 2020).

### **A tokaj-hegyaljai borkóstolók csoportosítása a borkészítés és borkínálat alapján**

A borkészítési technológia alkalmazása és a borkínálat alapján négy csoportba soroltuk a tokaj-hegyaljai borkóstolókat.

Az első csoportot azok a borkóstolók alkotják, ahol csak oxidatív módon készült borokat kóstolhatnak és vásárolhatnak a vendégek. Ezen borkóstolók üzemeltetői azok az idősebb borászok, akik a borkészítési hagyományok megőrzését és tovább éltetését tartják fontosnak (pl. Szepsy, Erdős Pince). A borkóstoló kínálatukban mindössze az 1990-es évek előtti öt bort kínálják (száraz furmint, félszáraz hárslevelű, félédes sárgamuskotály édes vagy száraz szamorodni és öt puttonyos aszú).

A második kategóriát a reduktív technológiát alkalmazó borkóstolók adják. Ezen borkóstolókat a fiatal borász generációk működtetik, akik a reduktív technológia, és az új szőlőfajták termesztésének eredményeként új borfajtákat készítenek. Ide sorolhatók a dűlőselektált furmint borok. A fiatal borászok fontosnak ítélik meg, hogy a munkásságuk során egy új arcát mutassák meg a Tokaji borvidéknek, ezért a furmintot helyezik előtérbe.

A harmadik csoportban mindkét borkészítési eljárást alkalmazzák. Ide azok a borászok sorolhatók, akik a piaci igények miatt előnyben részesítik a reduktív technológia alkalmazását, de nem hagytak fel a tölgyfahordós borkészítéssel sem. Készítenek birtokborokat, fantázianevekkkel ellátott borokat, cuvéeket, gyöngyözőborokat, de a borkínálatukban továbbra is jelen vannak a hagyományos borfajták is (furmint, hárslevelű, sárgamuskotály) (Pl. Majoros Borbár, Simkó Pince, Béres Pincészet). A borkínálatukban változó arányban van jelen a reduktív és oxidatív bor.

A legtöbb borász sárgamuskotályból (Majoros Borbár, Tokaj Nobilis) készít reduktív borokat. Napjainkban a szüretet már augusztusban megkezdik és a rövid idejű tartályos érlelés következtében már a következő év elején piacra bocsáthatók a reduktív muskotályosborok. A birtokborok alapját főként a hárslevelű és a furmint adja. Cuvée boroknál a furmintot és a hárslevelűt házasítják, de a zéta-kövérszőlő párosítás is megjelenik. Ebben a csoportban van olyan borászat ahol a borkínálatban csak 10%-ban jelennek meg a reduktív borok, de van olyan is, hogy akár 80%-ban van lehetőség tartályos érlelésű borok kóstolására. Azok a borászatok ahol csak reduktív, vagy mindkét eljárást alkalmazzák a borkínálatukban átlagosan 7-10 borból kóstoltatnak.

A negyedik kategóriát egy szűk szegmens képezi, ahol csak kombinált eljárással készülnek borok. A megkérdezett borászok közül csak 5% készít kombinációs eljárással tokaji aszút.

Az új technológia gazdaságosabbnak is mutatkozik, hiszen az acéltartályos érlelés során, magával a tartályokkal nincs annyi munka, mint a hordók tisztításával és karbantartásával. A borászok véleménye alapján, az acéltartályokat akár 25-30 évig is alkalmazni lehet. Mi sem bizonyítja jobban, hogy erre a technológiára nagy hangsúlyt fektetnek a borászok, minthogy az elmúlt tervezési ciklusban, és a jövőben is olyan pályázatokban kívánnak részt venni ahol továbbra is a technológia fejlesztése a cél (Személyes interjú Majoros László, Tarcál, Téglagyári pincesor) (DROTÁR 2021).

### **Összegzés**

A rendszerváltás után a birtokviszonyokban bekövetkező változás alapjaiban alakította át a szőlőtermesztés és a borkészítés évszázados hagyományait. Mindez természetesen kihatott a desztináció borturizmusára is. A külföldi befektetők megjelenése a térségben, és az általuk

importált szőlőfajták, valamint a borkészítésben bevezetett technológiai változtatás a borturisztikai kínálat bővülését eredményezte. Az átalakulás nem volt zökkenőmentes, hiszen egy olyan évszázados hagyománnyal szakítottak a szőlőbirtokosok, amit a tokaj-hegyaljai szőlősgazdák apáról fiúra szálló hagyományként adtak tovább. Így örökítették át a nagyon magas munkaigényű oxidatív borkészítési eljárást is. A zárt borvidéken mindössze három szőlőfajta telepítése volt engedélyezett, a furmint, a hárslevelű és a sárgamuskotály. Ebből a háromfajtából sikerült a talaj és mikroklíma adottságoknak köszönhetően, valamint a bonyolult pincetechnológia és a nemes penész közreműködésével elkészíteni a terület és talán Magyarország egyik turisztikai imázsát is jelentő „Tokaji Aszút”.

A zárt borvidéken gazdálkodó külföldi befektetők a birtokaikon engedélyt kaptak más szőlőfajta telepítésére, így mára huszonnyolc fehér és tíz kékszőlő fajta termesztése folyik a borvidéken. A mennyiségi és minőségi szőlőfeldolgozás az új reduktív technológia bevezetését eredményezte, amely lehetővé tette az élő munka csökkentését és a rövidebb érlelési időt. Gazdaságosabbá vált a borkészítés és új borfajták jelentek meg, amelyek egy része bővítette a borkóstolók borkínálatát. A korábbi öt boros kóstoltatás helyett a hét -tíz boros kóstoltatásra tértek át. Az új fajtákat fantáziánévvel, dűlőnévvel vagy birtoknévvel hozták forgalomba, és vonták be a borkóstolók kínálatába.

A magyar szőlőbirtokok szelektálódnak. Négy csoportot határoztunk meg a borkínálatuk összetételét alapul véve. A fiatal borászok csoportja, akik csak reduktív borokat kínálnak. Azok a fiatal borászok, akik mind a hagyományos oxidatív, mind a reduktív technológiával készített borokat egyaránt kínálnak. Az idős borászok ragaszkodnak a hagyományokhoz és elsősorban saját szükségletre készítenek bort, de természetesen helyben fogyasztásra a turistát is vásárolhatják. Ők maradtak a hagyományos borfajták előállítására és a hordós érlelésnél, ahol nagy jelentősége van a nemes penésznek és a pince klímának is. Végül azok a borászok, akik boraikat csak kombinált módon készítik.

Az egyes csoportok közötti arányok változása azt bizonyítja, hogy az elmúlt 20 évben 70%-ban átalakult a borkínálat. A borászok egyre inkább a rövidebb érlelési idejű és kevesebb fizikai munkát igénylő reduktív technológiát alkalmazzák. Felvetődhet annak a kérdése, ha az elkövetkezendő húsz évben a borkészítésben és szőlőtermesztésben bekövetkező változások tovább folytatódnak, akkor az oxidatív módon készült aszú megőrizheti-e elsődleges pozícióját a borkínálatban, és továbbra is Tokaj-Hegyalja zászlós bora marad?

## **Irodalomjegyzék**

BOROS, L. – HORVÁTH, G. – CSÜLLÖG, G. (2012): Tokaj-Hegyalja szőlő és borgazdaságának természetföldrajzi alapjai. In: FRISNYÁK, S. – GÁL, A. (szerk.): *Tokaj-Hegyaljai borvidék. Hazánk első történeti tája*. Nyíregyháza-Szerencs pp. 23-40

BOROS, L. (2007): Tokaj-Hegyalja a Kárpát-medence leghíresebb borvidéke. In: *Aranyszínű szőlővesszők és borok földjén*. Nyíregyháza- Tokaj pp. 67-104

DROTÁR, N. (2021): *Új lehetőségek Tokaj-Hegyalja turizmusában a turisztikai fejlesztéseknek köszönhetően*. Egyetemi doktori (PhD) értekezés. Debreceni Egyetem, Természettudományi és Informatikai Doktori Tanács. Debrecen. pp. 1-147

DROTÁR, N. (2020): Borturizmus vagy borkereskedelem?: Az útkeresés irányai Tokaj-Hegyalján. In: FATA, I. – KISSNÉ BUDAI, R. (szerk.): *Bor, gasztronómia, kultúra - Értékteremtő tudomány*. Tomori Pál Főiskola, Budapest. pp. 99-108. ISBN: 9786158072762

HANUSZ, Á. (2012): Zemplén turizmusa. In: FRISNYÁK, S. (szerk.): *Tokaj-hegyaljai borvidék*. Nyíregyháza-Szerencs pp. 263-276.

MAGYAR, L. (2015): A gyógyító Tokaji. *LAM Lege Artis Medicinae* 25(3): pp. 152-154.

SZABÓ, G. (2002): A borút mint tematikus turisztikai termék Magyarországon. In: *Borturizmus és a tájegységi hagyományos termékek gazdaságfejlesztő hatása*. Budapest, pp. 16-28

TÓTH, P. (2016): *Rendszerváltó borászatok Magyarország szőlőhegyein*. DLA Értekezés, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem. pp. 5-6.

ZELENÁK, I. (2012): *A tokaji aszú titkai*. Agroinform Kiadó pp. 1-200.

### **Internetes források**

<https://www.tokaj-turizmus.hu/borbusz-p-172.html>

<https://magyarnemzet.hu/archivum/fogyasztovedelem/megrazo-dontes-megszunik-a-3-es-4-puttonyos-aszu-4076007/>

<https://happydrink.hu/termek/dobogo-izabella-utca-pinot-noir-rendeles/>

<https://basilicus.hu/termek/purcsin-2019/>

<http://www.mad.info.hu/az-aszubor-tortenete>

[http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/szerkezet\\_visszavaltas\\_tokaj\\_hegyaljan/](http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/szerkezet_visszavaltas_tokaj_hegyaljan/)

<https://www.kormanyhivatal.hu/download/f/63/93000/Bor%C3%A1szati%20%C3%BCzem%20lista.pdf>

<https://www.hnt.hu/wp-content/uploads/2019/12/Borsz%c5%91l%c5%91vel-be%c3%bcletett-ter%c3%bclet-Tokaji-borvid%c3%a9k-20190731.pdf>

# A SZIGETKÖZ TURIZMUSÁNAK HELYZETE ÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI

*Strack Flórián*

*iASK kutató, Felsőbbfokú Tanulmányok Intézete; strack.florian@gtk.uni-pannon.hu*

## **Absztrakt**

Magyarország egyik különleges területe a Szigetköz, amely rengeteg olyan tulajdonsággal bír, amelyekre építve eredményes lehet a turizmus piacán. A kiváló adottságok ellenére azonban a terület nem nevezhető kiugróan sikeresnek a turizmus kapcsán.

Jelen tanulmány kvantitatív (kérdőív) és kvalitatív (strukturált interjú, tartalomelemzés) módszereket segítségül hívva arra keresi a választ, hogy hogyan jellemezhető napjainkban a Szigetköz turizmusa, illetve milyen a helyi adottságokra és értékekre épülő, a fenntarthatóság elveit is figyelembe vevő fejlesztési irányok javasolhatók a terület számára. A cél érdekében a kutatásba helyi szakemberek és a Szigetköz 35 településének stakeholderei kerültek bevonásra.

Az eredmények egyértelmű hiányosságokat mutatnak többek között az átgondolt és egységes marketing, a piacon való egységes megjelenés, illetve a Szigetközt, mint turisztikai céldesztnációt leíró márka esetében.

*Kulcsszavak: Szigetköz, desztináció menedzsment, fejlesztés, stratégia*

A kutatás a kőszegi Felsőbbfokú Tanulmányok Intézete támogatásával valósult meg.

# THE SITUATION AND DEVELOPMENT POTENTIAL OF TOURISM IN SZIGETKÖZ

## **Abstract**

Szigetköz is a special area of Hungary, which has several qualities that can be built upon to be successful in the tourism market. However, despite its excellent qualities, the area cannot be considered a particularly successful tourism destination.

This study uses quantitative (questionnaire) and qualitative (structured interview, content analysis) methods to determine how tourism in Szigetköz can be characterised today and what development directions can be proposed for the area based on local assets and values, considering the principles of sustainability. To this end, local experts and stakeholders from 35 municipalities in the Szigetköz have been involved.

The results show clear shortcomings in terms of, among other things, well thought-out and coherent marketing, coherent market presence and a brand describing the Szigetköz as a tourist destination.

*Keywords: Szigetköz, destination management, development, strategy*

## 1. Bevezetés

A turizmus dinamikusan növekvő és jelentős gazdasági hatásokkal rendelkező ágazat, amelynek hatásai az előnyös adottságokkal rendelkező desztinációk esetében erőteljesebbek lehetnek. A már elhelyezkedésénél fogva is különleges tekinthető Szigetköz rengeteg olyan tulajdonsággal bír, amelyekre hosszú távon építve a turizmus pozitív hatásai kerülhetnek előtérbe. Kiváló adottságai ellenére a szigetközi turizmus nem nevezhető minden szempontból fejlettnak, hatalmas potenciál van még a desztinációban.

Jelen tanulmány célja, hogy feltárja a Szigetköz turizmusának jellemzőit és azokra reflektálva javaslatokat és stratégiai gondolatokat fogalmazzon meg arra vonatkozóan, hogy hogyan lehetséges, illetve érdemes egy sokszínű, rendkívül jó megközelíthetőséggel rendelkező területen fenntartható módon, a desztináció eredeti értékeit megtartva és azokra hosszú távon építve turisztikai jellegű fejlesztéseket végrehajtani. A cél érdekében primer és szekunder adatok, illetve kvalitatív és kvantitatív módszerek is bevonásra kerültek, amelyek egyértelműen megmutatták a Szigetköz, mint turisztikai desztináció erősségeit, valamint gyengeségeit és legfőbb hiányosságait.

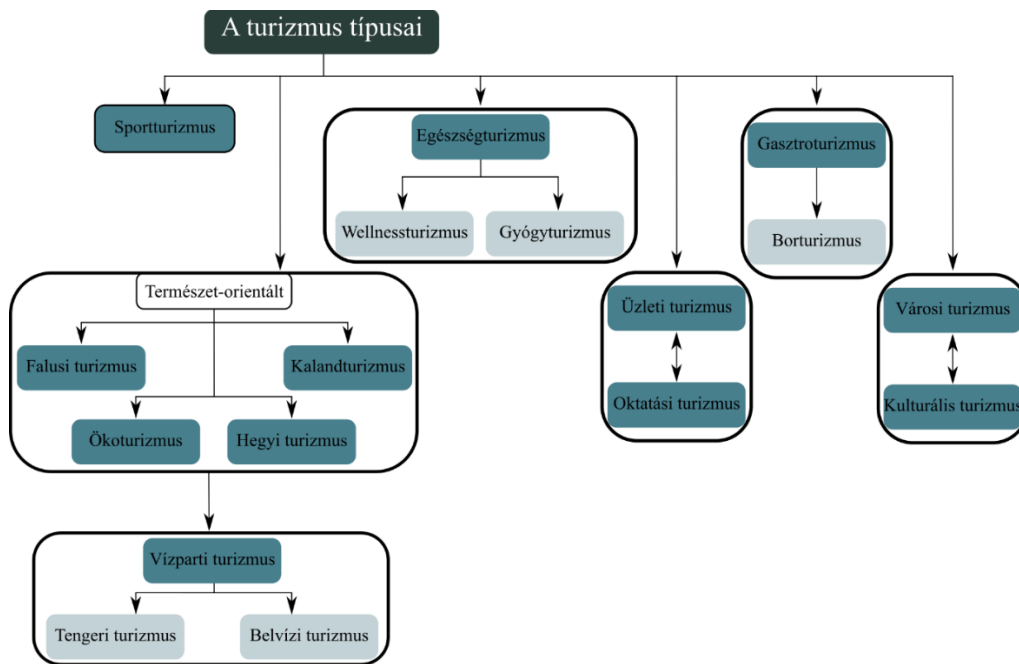
## 2. A turizmus potenciális hatásai

A turizmus pontos definiálását nagyban nehezíti, hogy a kereslet és a kínálat folyamatosan változik (MICHALKÓ – RÁTZ 2019). Általánosságban véve a turizmushoz sorolható minden olyan utazás, ami a turista mindennapi életterén kívül, a szabadidő eltöltése céljából történik, legalább egy éjszakát magába foglal és fő céljai között szerepel az élményszerzés (MICHALKÓ 2008:18, TRIBE 2011:3).

A turizmus öt pillérre épül:

- attrakciók (láttnivalók),
- szálláshelyek,
- közlekedés,
- utazásszervező iparág,
- desztinációmenedzsment szervezetek (VANHOVE 2005:9-10).

1. ábra: A turizmus típusai



*Forrás: Saját szerkesztés UNWTO 2019 alapján*

A turizmus fontos szerepet játszik a társadalmi-gazdasági fejlődésben, valamint több szempontból is előnyös lehet az országok, a régiók és települések számára. Munkahelyeket és vállalkozásokat teremthet, növelheti az exportbevételt és segítheti az infrastruktúra fejlődését (UNWTO 2018, ZEKAVATI – NAAMI 2019).

A globális turizmus egyik kiemelkedő színtere az Európai Unió. Ide köthető a nemzetközi utazások 40%-a. A turizmus teszi ki az EU GDP-jének 10%-át, az Unió munkavállalóinak kb. 12%-a dolgozik közvetett vagy közvetlen módon a turisztikai szektorban (EUROPEAN COMMISSION 2020).

A turizmus hatásainak említésekor leggyakrabban a gazdasági hatások kerülnek előtérbe. A turizmus azonban desztinációk gazdasága mellett közvetlen hatást gyakorol a turisztikai célterületek kultúrájára és természeti környezetére is (LEMMA 2014). A turizmus települések, vagy térségek életében betöltött jelentősége szálláshely foglaltsági adatokkal, a turizmushoz közvetlenül, vagy közvetetten kapcsolódó bevételek mértékével, illetve a turisták számával írható le a legegyszerűbben. A turizmus gazdasági hatásai jelentősek, a fenntartható és sikeres fejlődés érdekében azonban szükséges figyelmet fordítani a társadalmi és környezeti hatásokra is (MICHALKÓ 2010, BÄNDOI et al. 2020).

A turizmus számos pozitív hatása mellett (pl.: munkahelyteremtő hatás, multiplikátor hatások, infrastruktúrafejlesztő hatás, regionális egyenlőtlenségek csökkentése, adóbevétel növelő hatás, devizabevétel növelő hatás, stb.) sajnos negatív hatások is érvényesülhetnek (pl.: szezonális foglalkoztatás és magas fluktuáció, árfelhajtó hatás, környezetszennyező és környezetkárosító hatások, a fogadóközösségekre nehezedő nyomás hatása, hagyományos tevékenységek háttérbe szorulása, stb.)

A turizmus pozitív és negatív irányban is befolyásolhatja egy település, vagy térség lakóinak életminőségét, valamint természeti és kulturális értékeinek sorsát. A turizmus megfelelő eszközként szolgálhat egy terület fejlesztésekor, azonban a kívánt pozitív hatások csak akkor érvényesülnek, ha a fejlesztések szakmai szempontból átgondolt tervezéssel, illetve menedzsment társulnak, miközben szem előtt tartják a fenntarthatóságot is. Települési és



területi szintű turisztikai fejlesztések esetén fontos, hogy a turizmushoz kötődő fejlesztéseknek támogatniuk kell a helyi lakosok életminőségének javítását is (HALL-LEW 1998, CROUCH – RITCHIE 1999, PUCZKÓ – RÁTZ 2005, UNWTO 2005, CAPÓ – VALLE 2008, PUCZKÓ – SMITH 2010, HUSTINÉ 2011, GHULAMRABBANY et al. 2013).

A turizmus pozitív hatásai kecsesgetőek, a negatívak ellenben ijesztőek. Körültekintően, az adott desztináció adottságait és értékeit szem előtt tartó módon megtervezett, illetve megfelelően végrehajtott fejlesztésekkel, valamint a létrejövő attrakciók felelős módon történő üzemeltetésével a negatív hatások elkerülhetők, vagy háttérbe szoríthatók.

### **3. A Szigetköz, mint turisztikai desztináció**

Magyarország nyugati részének meghatározó földrajzi térsége a Szigetköz, amely a Mosoni-Duna és a Nagy-Duna között elterülő, 52,5 kilométer hosszú és 6-8 kilométer széles terület, egyben pedig hazánk legnagyobb szigete (ALEXAY 2018, ORSZAGJARO.NET).

Adottságait a turizmus szempontjából vizsgálva a Szigetköz jó helyzetben van, hiszen a terület megfelelő kvalitásokkal rendelkezik ahhoz, hogy sokszínű, többféle célcsoport igényeit is kielégítő turisztikai termékkínálat jöjjön létre. A terület belföldi megközelíthetősége jónak mondható, az osztrák és szlovák határok, illetve fővárosok közelsége miatt pedig a külföldről érkező turisták számára is vonzó célpontot jelenthet.

A térség jelenlegi és potenciális jövőbeli turisztikai kínálatának meghatározó pillérei a természeti adottságok és a kulturális értékek (KUPI 2019).

A Szigetköz jelen tanulmányban vizsgált 35 településéből 16 település része a Győr-Pannonhalma turisztikai térségnek (Abda, Ásványráró, Dunakiliti, Dunaszeg, Dunasziget, Gönyű, Győr, Györladamér, Halászi, Hédervár, Hegyeshalom, Kimle, Kunsziget, Lipót, Mosonmagyaróvár, Rajka).

### **4. A turizmus Szigetköz esetében releváns típusai**

Adottságaiból, valamint meglévő turisztikai attrakcióiból fakadóan a Szigetközben leginkább a kulturális-, a vallási-, a vízi-, illetve az egészségturizmus kínál szolgáltatásokat a vendégek számára.

#### **4.1. Kulturális turizmus**

A kulturális turizmus a turizmus egyik legősibb típusa (BRUCE 2013). A kulturális jelentőséggel rendelkező örökség (pl. műemlékek, múzeumok, a desztináció kultúráját bemutató fesztiválok) régóta jelent kiemelkedő vonzerőt a turisták számára (MCKERCHER – DU CROS 2002, TIMOTHY 2011).

A kulturális turizmus kínálata sokszínű, ám az ide sorolható turisztikai termékek esetén a szórakozáson túl jellemzően a kulturális, a történelmi vagy a művészeti jelleg van a hangsúly. Ide sorolhatók a városlátogatások, a hobbihoz köthető utazások, a kreatív ipar eredményeinek megismerése, a művészeti témák vagy a tanulási vágy által motivált utak, illetve az idegen kultúrák felfedezése érdekében tett barangolások (ICOMOS 1997, LENGYEL 1989, SILBERBERG 1995, SMITH 2003, RÁTZ 2011, GONDA 2016, RICHARDS 2018).

A hazai tudományos munkákban leggyakrabban alkalmazott tipizálás szerint a kulturális turisták esetében hat főbb csoport különíthető el egymástól:

- az örökségturisták (érdeklődési kör: műemlékek, történelmi helyszínek),
- a művészeti turisták (érdeklődési kör: művészeti tevékenységek eredményei),
- a városi kulturális turisták (érdeklődési kör: történelmi városok),

- és a populáris turisták (érdeklődési kör: tematikus parkok, sportesemények, forgatási helyszínek)
- a kreatív turisták (érdeklődési kör: kreatív tevékenységek),
- a rurális kulturális turisták (érdeklődési kör: borvidékek, kulturtájak) (RÁTZ 2011).

#### **4.2. Vallási turizmus**

A vallási turizmus egyre nagyobb figyelmet kap, hiszen számos kiaknázatlan lehetőséget rejt. A közelmúltban megvalósult vallásturisztikai helyszín- és zárandokút fejlesztések vitathatatlanul a vallásturisztikai attrakciók fontosságát mutatják (SULYOK – MÁRTONNÉ MÁTHÉ 2014).

A vallási turizmus szorosan kapcsolódik a kulturális turizmushoz, hiszen a vallási turisták is aktívan érdeklődnek a kultúrtörténeti, művészettörténeti vagy néprajzi értékek iránt, ugyanakkor utazásaik során igyekeznek megélni és megtapasztalni a számukra fontos lelki eseményeket. A vallási turisták között a vallást aktívan gyakorló személyek mellett a szakrális, kulturális, művészeti indíttatással rendelkező látogatók is megtalálhatók (VARGA 2011).

A vallási turizmus az etikus magatartás és a spirituális élmények mellett lehetőséget kínál a turistáknak arra is, hogy felfedezzék a meglátogatott attrakciók történelmi múltját, kultúráját, a helyi lakosok életszélét, vagy épp gasztronómiai hagyományait. A látogató akkor is új élményekkel gazdagodhat, ha az alapvető célja valamilyen vallási jelentőséggel rendelkező attrakció meglátogatása volt (NAGY 2020).

#### **4.3. Vízi turizmus**

A vízi turizmus olyan szabadidős tevékenység, amely során az utazás, vagy más turisztikai jellegű tevékenység valamely természetes-, illetve mesterséges folyó-, illetve állóvízen történik. A vízi turizmusból részt vevő turista a definíciók szerint utazása során szerint legalább egy olyan szolgáltatást igénybe vesz, ami a vízi turizmust kiszolgáló és fenntartó létesítmények, vagy szervezetek esetében bevételt generál (pl.: kikötői díjak, eszközbérlet, belépőjegy, stb.) (UJVÁRI 2009). Másképpen fogalmazva a vízi turizmus minden vízen, vagy vízparton végzett szabadidős tevékenységet magába foglal, ideértve a menetrend szerinti (belvízi, vagy tengeri) személyszállítást, az evezést, a horgászturizmust és a kedvtelési hajózást (vitorlás, vagy motoros hajó) is (JÁSZBERÉNYI 2019).

A vízi turizmus által kínált szolgáltatásokat:

- az igénybe vett közeg,
- a motiváció,
- és az igénybe vett eszközök alapján lehetséges csoportosítani (CSAPÓ – DARABOS 2011).
- A turizmus több altípusa is szorosan kapcsolódik a vízi turizmushoz, így például:
- a vízi kalandturizmus (extrém tevékenységek),
- a vízi túrázás (sport és kedvtelési jelleggel),
- a vízi sportturizmus (elsősorban amatőr jelleggel végzett sporttevékenység),
- a fürdő turizmus (elsősorban rekreációs céllal),
- a horgászturizmus (elsősorban nem sport, hanem rekreációs céllal),

- és a személyhajózás is (hosszabb utak, középpontban a kényelem) (CSAPÓ – DARABOS 2011).

A Szigetköztekintve a víz, mint turisztikai attrakció leginkább sport célokra alkalmas. A különböző vízhez kötődő sportokhoz a víznek más-más formában történő hasznosítására, illetve különböző jellegű infrastruktúrára van szükség.

Ha a vízi sportok felől közelítve a turizmusban vizet egyfajta útként használjuk fel (pl.: vízi túra), akkor beszélhetünk csillagtúráról (önmagába visszatérő út), illetve lineáris vonalú utakról (az indulás és az érkezés helye különbözik). Amennyiben a vizet, mint célt értelmezzük, a turista nem feltétlenül kell, hogy közvetlenül érintkezzen azzal, elegendő, ha mindössze a vízparton tölti az idejét (pl.: horgászat, napozás, úszás, stb.). A víz egyfajta sportpályaként is használható, ez esetben a turisták intenzívebb, a környezetet az előzőknél nagyobb mértékben megzavaró jelenlétéről beszélünk (pl.: jet-ski, szörf, vitorlázás, sárkányhajózás, stb.) (JÁSZBERÉNYI 2019).

#### **4.4. Egészségturizmus**

Az egészségturizmus a turizmus fontos, egyben pedig egyik legdinamikusabb növekedést mutató típusa. A társadalomban végbement változásoknak köszönhetően az elmúlt évtizedekben az egészségturizmus népszerűsége és turizmusiparon belüli jelentősége egyaránt növekedésnek indult (RIEGER 2013, KOSKINEN 2019, LEE et al. 2020, GHOLAMI et al. 2020).

Napjainkban az egészségturizmus már nem kizárólag azokban a régiókban és országokban tölt be meghatározó szerepet, amelyek hagyományos egészségturisztikai desztinációkkal rendelkeznek (pl.: Magyarország), hanem azokban is, amelyek az elmúlt évek, illetve évtized(ek) során új belépőként csatlakoztak (pl.: Dél-Korea) (JANDALA et al. 2010, SMITH 2015, ÇAPAR – ASLAN 2020).

Carrera és Bridges szerint az egészségturizmus olyan, „az állandó lakóhelytől eltérő helyre történő szervezett utazás, amelynek célja a testi és lelki jólét fenntartása, fokozása, vagy helyreállítása” (CARRERA – BRIDGES 2006:449).

Az egészségturizmust valójában nem lehetséges homogén termékként kezelni, hiszen gyűjtőfogalomról van szó. Az egészségturizmusnak két fő irányzatát lehetséges és szükséges megkülönböztetni. Ezek egyike a szolgáltatásaival elsősorban egészséges fogyasztókat megcélzó, egyre népszerűbb wellnessturizmus, amely legfőbb célja a testi és lelki egészség megőrzése, valamint a betegségek megelőzése. A másik irányzat a gyógyturizmus, amely speciális szolgáltatóbázisra támaszkodva elsősorban a gyógyításra helyezi a hangsúlyt (SMITH – KELLY 2006, KARDOS 2011:58., DRYGLAS – RÓZYCKI 2017, QUINTELA et al. 2020).

### **5. A kutatás módszertana**

A téma többoldalú megközelítése érdekében a kutatás során kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmaztam. A tanulmány alapjául szolgáló kutatás célkeresztjében a Szigetköz 35 települése áll (Abda, Ásványráró, Bezenye, Darnózseli, Dunakiliti, Dunaremete, Dunaszeg, Dunaszentpál, Dunasziget, Feketeerdő, Gönyű, Győr, Győrladamér, Győrújfalú, Győrzámoly, Halászi, Hédervár, Hegyeshalom, Károlyháza, Kimle, Kisbajcs, Kisbodak, Kunsziget, Levél, Lipót, Máriakálnok, Mecsér, Mosonmagyaróvár, Mosonudvar, Nagyabjcs, Öttevény, Püski, Rajka, Vámoszabadi, Vének).

A kutatás kérdései a következők:

- Hogyan jellemezhető a Szigetköz turizmusa napjainkban?

- Milyen, a helyi adottságokra épülő fejlesztési irányok javasolhatók a Szigetköz, mint desztináció számára a turizmus kapcsán?

A vizsgált 35 településhez kapcsolódóan turisztikai vonzerőleltár készült 2022 tavaszán a vizsgált települések települési honlapjai, illetve néhány turizmussal foglalkozó honlap (programturizmus.hu, utazzitthon.hu, szallas.hu) alapján. A leltár a települések látnivalóit, rendezvényeit és szálláshelyeit tartalmazza, az egyes látnivalók és rendezvények jellegének megjelölésével, illetve a turisztikai szempontból ígéretesnek tűnő attrakciók kiemelésével.

Három strukturált interjú készült továbbá a Szigetköz Turizmusáért Egyesület egyik munkatársával, a We Love Szigetköz alapítójával és tulajdonosával, valamint a Győri Művészeti és Fesztiválközpont Igazgatójával.

Online kérdőíves vizsgálat készült 2022 tavaszán a Szigetköz turisztikai stakeholderei körében. A 21 kérdésből álló online kérdőívet összesen 29 turisztikai vállalkozás számára küldtem ki, közülük 17-en teljes egészében, ketten pedig részlegesen töltötték ki azt, további egy turisztikai szolgáltató pedig jelezte, hogy nem kíván élni a kérdőívkitöltés lehetőségével. Az elemzés során lehetőségem volt arra, hogy a részleges kitöltéseket is felhasználjam.

## **6. A Szigetköz településeinek turizmussal kapcsolatos statisztikai adatai**

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatbázisában elérhető, turizmushoz kapcsolódó adatok egy része alkalmas arra, hogy a Szigetköz jelen kutatás során vizsgált településeinek (összesen 35 darab) turizmusáról képet alkothassunk. A vizsgálat során a települések 2018-as, 2019-es és 2020-as turisztikai adatai közül a kereskedelmi szálláshelyekre, a vendéglátóhelyekre, illetve az idegenforgalmi adóra vonatkozókat tekintettem át (1. táblázat). Az adatok közül főként a koronavírus kitörése előtti, utolsó évre (2019) fókuszáltam, hiszen a 2020-as adatokat a járványhelyzet, illetve az annak következtében világszerte hozott intézkedések nagymértékben torzítják. A 2018-as és 2019-es adatok között nem látható említésre méltó változás, a koronavírus sújtotta 2020-as év pedig értelemszerűen korábban nem látott eredményeket mutat.

1. táblázat: A helyzetelemzés során áttekintett települési szintű, turizmusra vonatkozó statisztikai adatok

Kereskedelmi szálláshelyekre vonatkozó adattípusok	Vendéglátóhelyekre vonatkozó adattípusok	Idegenforgalmi adóra vonatkozó adattípus
Kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó szállásdíj árbevétele	Egységek száma az időszak végén (december)	A helyi önkormányzatok helyi adó bevételeiből az idegenforgalmi adó
Kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó külföldi szállásdíj árbevétele	Önálló vállalkozó által működtetett egységek száma az időszak végén (december)	
Kereskedelmi szálláshelyek belföldi bruttó szállásdíj árbevétele	Társas vállalkozás által működtetett egységek száma az időszak végén (december)	
Kereskedelmi szálláshelyek vendéglátásból származó bruttó árbevétele	Nonprofit és egyéb vállalkozás által működtetett egységek száma az időszak végén (december)	
Kereskedelmi szálláshelyek egyéb szolgáltatásokból és reggeliből származó bruttó árbevétele		
Egy vendégre jutó bruttó szállásdíj		
Egy vendégéjszakára jutó bruttó szállásdíj		
1 szoba 1 működési napjára jutó szállásdíj (REVPAR)		
Kereskedelmi szálláshelyek -Egy szoba átlagára		
Működő kereskedelmi szálláshely egységek száma		
Kiadható szobák száma		
Kiadható férőhelyek száma		

*Forrás: Saját szerkesztés*

A vizsgált statisztikai adatok alapján a Szigetközben található települések egy része (20 település) esetében a turizmus nem generál az önkormányzatok szempontjából jelentős bevételt, hiszen nincsenek kereskedelmi szálláshelyek. A települési önkormányzatok több mint fele (18 önkormányzat) nem rendelkezik idegenforgalmi adóbevéttel. 2019-es adatok alapján további 9 olyan település található a térségben, amelyek esetében a működő kereskedelmi szálláshelyek alacsony száma miatt a KSH nem közöl adatokat.

A vendéglátóhelyeket tekintve pozitívabb a helyzet, csupán egyetlen olyan település volt 2019-ben, ahol nem működött vendéglátóhely (Dunaremete), illetve mindössze négy olyan település, amely esetében a vendéglátóhelyek alacsony száma miatt a KSH nem közölt települési szintű adatokat.

A települések közül turizmus szempontjából egyértelműen kiemelkedik a térség két nagyobb lélekszámú városa, Győr és Mosonmagyaróvár. A Szigetközben csupán ez a két város rendelkezik Tourinform irodával.

## 7. Települési turisztikai vonzerőleltár

A vizsgált 35 település kínálata alapján turisztikai vonzerőleltár készült a települések honlapjai, illetve néhány turizmussal foglalkozó weboldal (pl.: programturizmus.hu, utazzitthon.hu, szallas.hu) alapján.

A települések látnivalóit illetően többségben vannak a vallási turizmusnak, valamint az örökségturizmusnak kedvező attrakciók, illetve mérsékelt mennyiségben ugyan, de a vízi turizmushoz kapcsolható vonzerők is megjelennek.

A térségben rendelkezésre álló természetes és ember alkotta attrakciók csupán egy része tűnik alkalmasnak turisztikai célú hasznosításra. A településekhez kapcsolódó rendezvények esetében hasonló a helyzet, kevés a turizmus szempontjából mérvadó rendezvény kerül megrendezésre a térségben. A rendezvények egy része az online térben szinte láthatatlan az adott település iránt érdeklődő potenciális látogató számára, hiszen nem jelenik meg sem a települések honlapjain sem az ismert, rendezvényeket gyűjtő honlapokon.

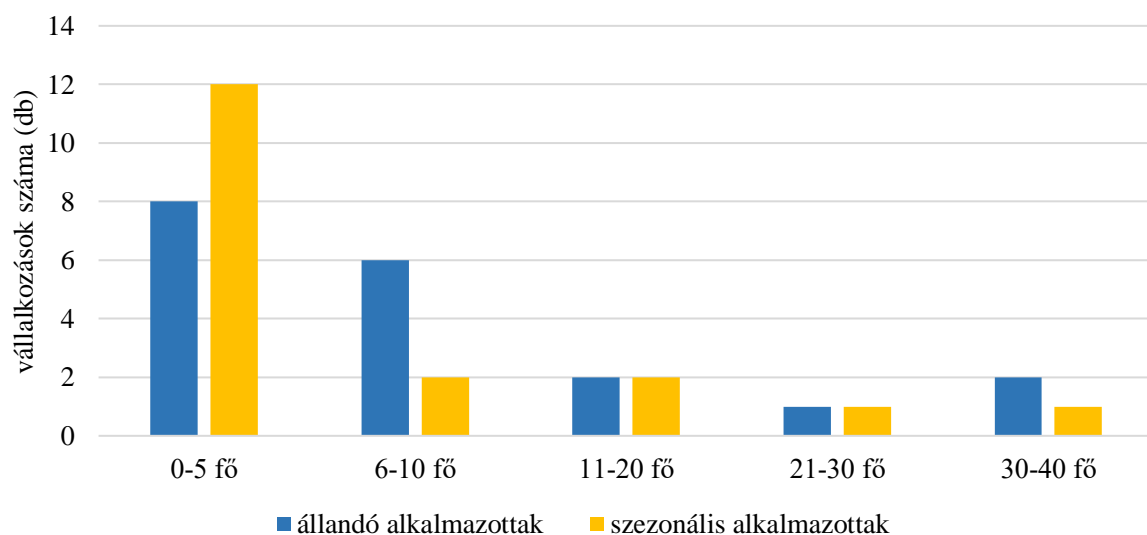
## 8. A turisztikai stakeholder kérdőív eredményei

Kérdőíves vizsgálatot végeztem a Szigetköz turisztikai stakeholderei körében. A 21 kérdésből álló online kérdőívet összesen 29 turisztikai vállalkozás számára küldtem ki, közülük 17-en teljes egészében, ketten pedig részlegesen töltötték ki azt, további egy turisztikai szolgáltató pedig jelezte, hogy nem kíván élni a kérdőívkitöltés lehetőségével. Az elemzés során lehetőségem volt arra, hogy a részleges kitöltéseket is felhasználjam.

A kérdőíves felmérésben részt vevő turisztikai vállalkozások tevékenységi köre szerteágazó. A válaszadók 26%-a a vízi turizmushoz kapcsolódó szolgáltatást kínál, 32%-a szállásszolgáltatással, vagy vendéglátással foglalkozik, további 37% pedig valamilyen egyéb, de a turizmushoz kapcsolódó tevékenységet végez (pl.: túravezetés, egyéb szabadidős tevékenységek, ökoturisztikai szolgáltatások, látogatóközpont üzemeltetés, ingatlan fejlesztés, stb.).

A kérdőívet kitöltő vállalkozások átlagosan 10 főt foglalkoztatnak állandó, 8 főt pedig szezonális jelleggel. Az alkalmazottak száma alapján a vizsgált, turizmushoz kötődő vállalkozások egyike sem mondható igazán nagyméretűnek, sőt, többségük egészen kicsi (2. ábra).

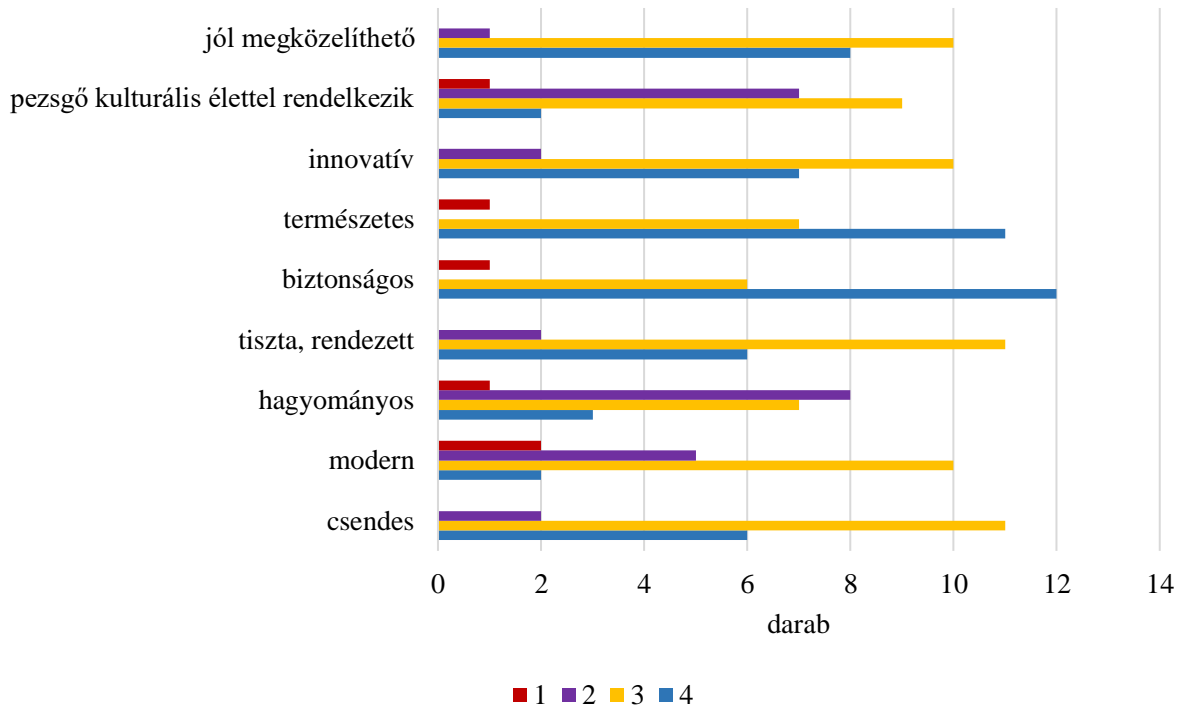
2. ábra: A felmérésben részt vevő turisztikai vállalkozások/szervezetek alkalmazottainak száma (n=19)



*Forrás: Saját szerkesztés*

A stakeholderek a 3. ábrán felsorolt tulajdonságokat négyelemű Likert-skála segítségével értékelhették a Szigetközre vonatkozóan, ahol „1=egyáltalán nem igaz, 4=teljes mértékben igaz” volt. Ahogyan az ábrán látható, a válaszadók leginkább jól megközelíthetőnek, innovatívnak, természetesnek, biztonságosnak, és csendesnek tartják a Szigetközt.

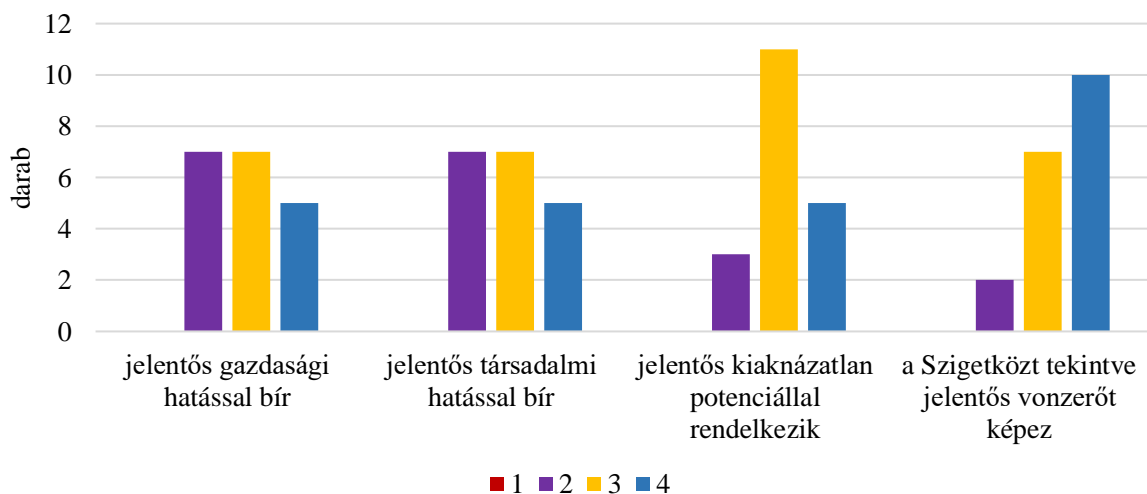
3. ábra: A Szigetköz tulajdonságai a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek szerint (n=19)



*Forrás: Saját szerkesztés*

A turizmus Szigetközben betöltött szerepét ugyancsak négyelemű Likert skálák segítségével értékelhették a kitöltők, ahol az 1-es jelentése „egyáltalán nem igaz”, a 4-es jelentése pedig „teljes mértékben igaz” volt (4. ábra). A stakeholderek többsége úgy véli, hogy a Szigetköz jelentős kiaknázatlan turisztikai potenciállal rendelkezik. A turizmus gazdasági-, illetve társadalmi hatásainak megítélése már nem ennyire egyértelmű, a mérleg azonban inkább a pozitív irányba billen.

4. ábra: A turizmus jellemzői a Szigetközben a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek véleménye alapján (n=19)



*Forrás: Saját szerkesztés*

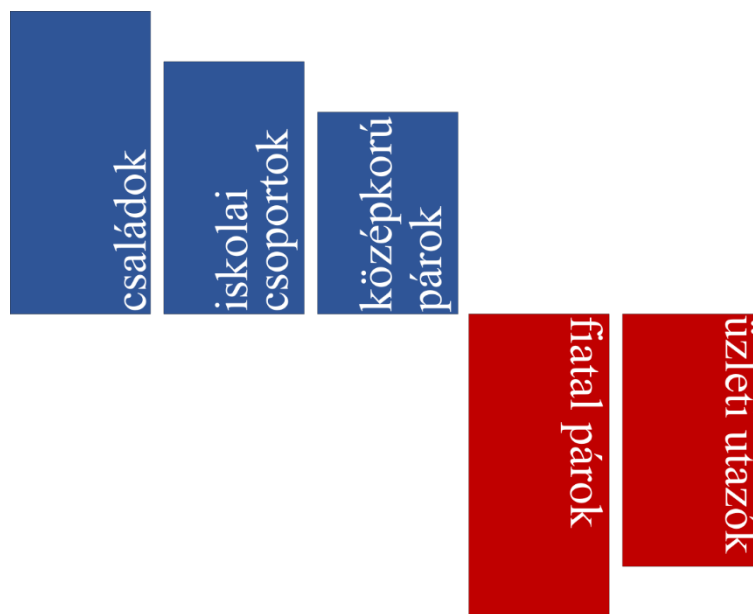
A válaszadók többsége inkább elégedett, vagy teljes mértékben elégedett az alábbi Szigetközben található turisztikai szolgáltatók mennyiségével és minőségével:

- szálláshelyek,
- vendéglátóhelyek,
- aktív turisztikai vonzerők (pl.: vízitúrák, kerékpártúrák, stb.),
- kulturális turisztikai vonzerők (pl.: rendezvények, hagyományok, értékek, stb.),
- ökoturisztikai attrakciók (pl.: természeti értékek, stb.),
- egészségturisztikai attrakciók (pl.: wellness- és gyógykezelések).

A Szigetköz turisztikai stakeholdereinek tapasztalatai alapján a Szigetközbe látogató vendégeket illetően a legjellemzőbbek a családok, az osztálykirándulás keretein belül érkező általános- és középiskolai csoportok, valamint a középkorú, már gyermek nélkül utazó párok.

A térségre legkevésbé jellemző az üzleti utazók, illetve a fiatal, gyermekkel még nem rendelkező párok csoportja (5. ábra).

5. ábra: A Szigetközre jellemző vendégtípusok a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek tapasztalatai alapján (n=19)



*Forrás: saját szerkesztés*

A vendégek többsége a tapasztalatok alapján hosszú hétvégéket (1-3 éjszaka) tölt el a Szigetközben, az ennél hosszabb, vagy rövidebb tartózkodási idő ritka.

A felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek a 2. táblázatban látható módon vélekednek a Szigetköz jelenlegi turisztikai kínálatát illetően. Ahogyan látható, a válaszadók 65%-a a vízi turizmushoz kapcsolódó attrakciókat tartja a Szigetköz turizmusa szempontjából a legsikeresebbnek, illetve leginkább meghatározónak. A stakeholderek 18%-a egészségturisztikai szolgáltatásokat tett az első helyre, további 12% pedig a kulturális turizmushoz kötődő látnivalókat nevezett meg (2. táblázat).

A Szigetköz turisztikai attrakcióinak jelentőség szerinti sorrendjében a kérdőívet kitöltő szervezetek 47%-a említett második helyen az egészségturizmushoz kapcsolódó



szolgáltatásokat, melyeket 24%-kal az aktív turizmushoz köthető attrakciók követtek (2. táblázat).

A harmadik helyen legtöbben (35%) olyan attrakciókat neveztek meg, amelyek a kulturális turizmus témaköréhez tartoznak (2. táblázat).

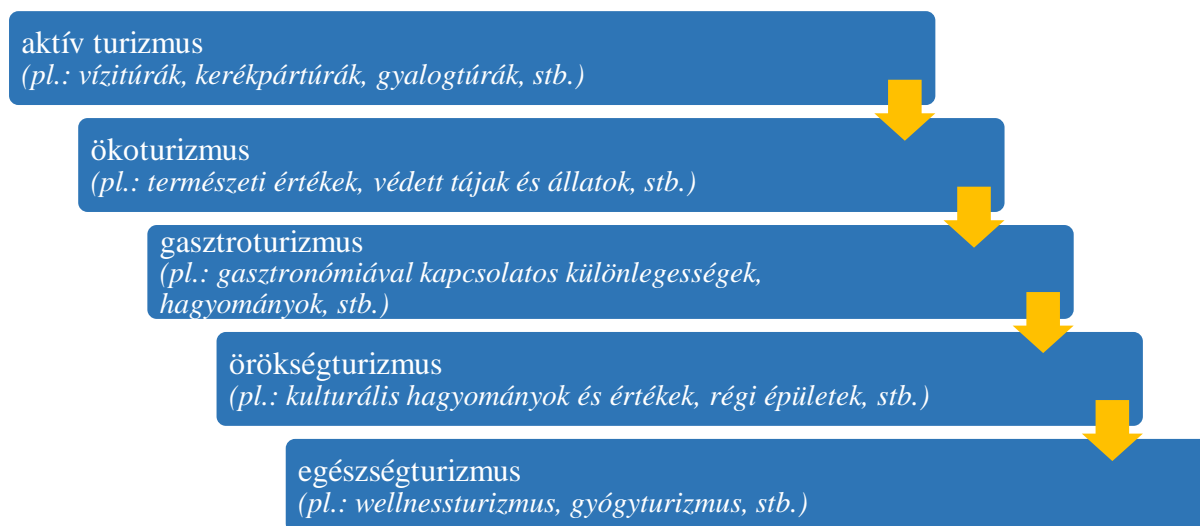
2. táblázat: A Szigetköz leginkább meghatározó turisztikai attrakciói a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek szerint (n=17)

Meghatározóóság					
1.		2.		3.	
vízi turizmus	65%	egészségturizmus	47%	kulturális turizmus	35%
egészségturizmus	18%	aktív turizmus	24%	gasztroturizmus	18%
kulturális turizmus	12%	vízi turizmus	12%	vízi turizmus	12-12%
egyéb	5%	egyéb	17%	egészségturizmus	
				ökoturizmus	
				aktív turizmus	

*Forrás: Saját szerkesztés*

A kérdőívet kitöltő stakeholderek sorrendbe állíthatták, hogy a Szigetköznek a turizmus mely típusára lenne célszerű fókuszálnia a potenciális jövőbeni fejlesztések során. Első helyen az aktív turizmus, második helyen az ökoturizmus, harmadik helyen gasztroturizmus áll, melyet örökségturizmus és az egészségturizmus követ (6. ábra).

6. ábra: Turisztikai fejlesztési irányok a Szigetközben, a megkérdezett turisztikai stakeholderek véleménye alapján (n=18)



*Forrás: Saját szerkesztés*

A kérdőívet kitöltő stakeholderek többsége (76%) úgy véli, hogy a Szigetköz marketingkommunikációja jelenleg nem megfelelő és jelentős fejlesztésre szorul. Véleményük szerint több pénzügyi forrásra van szükség, illetve a szolgáltatók együttműködésére és a kínálati piacon való egységes és együttes megjelenésre.

A válaszadók többsége (71%) rendszeres kapcsolatot ápol a Szigetközben turizmussal kapcsolatos tevékenységet végző cégeivel/szervezeteivel, még akkor is, ha azok egyébként a

versenytársai. Az együttműködés leginkább az információcsere szintjén működik (88%), a pályázatok közös benyújtása és a közös marketingtevékenység csupán a kitöltők 50%-a esetében jelenik meg, míg közösen kialakított termékről csupán a megkérdezett turisztikai stakeholderok 30%-a esetében beszélhetünk.

A Szigetköz turisztikai stakeholdereinek virtuális, térben és időben eltolt együttes gondolkodása nyomán kialakult egy olyan SWOT analízis, amely a Szigetköz turisztikai szolgáltatói közül 15 vállalkozás/szervezet véleményét tartalmazza (7. ábra).

7. ábra: A Szigetköz felmérésben résztvevő turisztikai stakeholdereinek közreműködésével készült SWOT elemzés

Erősségek	Gyengeségek
természeti értékek/környezet	elavult infrastruktúra
kedvező földrajzi elhelyezkedés (megközelíthetőség, határok közelsége)	nem megfelelő marketing
kulturális és épített örökség	együttműködés és központi összefogás hiánya
Lehetőségek	Veszélyek
minőségi turizmus/minőségi szolgáltatások	tömeges/túlzott turizmus
aktív- és ökoturizmus	szakemberhiány
egészségturizmus	

*Forrás: Saját szerkesztés*

## 9. A strukturált interjúk eredményei

Összesen három strukturált interjú készült a Szigetköz Turizmusáért Egyesület egyik munkatársával, a We Love Szigetköz alapítójával és tulajdonosával, valamint a Győri Művészeti és Fesztiválközpont Igazgatójával.

Az interjúalanyok abban egyetértettek, hogy a Szigetköz erősségei közé sorolhatók a természeti adottságok, a földrajzi elhelyezkedésből fakadó jó megközelíthetőség, illetve a turizmusnak azon típusai, amelyek ezekhez kapcsolódnak (pl.: aktív turizmus). A gyengeségek tekintetében már nem volt ekkora az összhang. A három interjúalanyból ketten úgy vélik, hogy a desztináció legnagyobb gyengeségét a turisztikai magtermék, azaz az utazási motivációt generáló attrakciók hiánya jelenti. Más vélemény szerint legnagyobb gyengeségként a településeket összekötő infrastruktúra hiányosságai, illetve a szezonális következtében rendszertelennek nevezhető programkínálat említhető.

A megkérdezett szakemberek szerint a térség turisztikai szolgáltatói közötti együttműködés kevésbé jellemző, a szereplők többnyire egyedül akarnak érvényesülni, hiányzik a térségi gondolkodásmód. Ugyanakkor azt is fontos megjegyezni, hogy a helyzet javulóban van, esetenként már felfedezhető alulról induló, együttműködésre irányuló kezdeményezések.

A Szigetköz szempontjából versenytársnak nevezhető desztinációkhoz kapcsolódó kérdés esetében is egymástól különböző véleményeket kaptam. A megkérdezettek abban egyetértettek, hogy a térség elsődleges belföldi és külföldi versenytársai azok a desztinációk, amelyek képesek vízre és természetre épülő aktív turisztikai szolgáltatásokat kínálni, a konkrét helyszín kapcsán viszont különböző válaszokat kaptam. A háromból két esetben merült fel a Fertő-tó és térsége, valamint egy-egy alkalommal említésre került még a turizmus szempontjából gyorsan fejlődő Csallóköz és a Tisza-tó is.

A megkérdezettek leginkább az aktív-, illetve sportturizmust, az egészségturizmust, valamint a kulturális turizmust tartják fejlesztésre alkalmasnak a térségben. Az egészségturizmus, illetve a kulturális turizmus a vélemények alapján elsődleges szerepet tölthetne be a szigetközi turizmus szezonális csökkenésében. Ezekhez kapcsolódóan volna érdemes fejlesztéseket eszközölni, valamint turisztikai élmény- és programcsomagokat kínálni (pl.: edző- és sportközpontok, szálláshelyek minőségi színvonalának emelése, természeti értékek bemutatására alkalmas látogatóközpontok, stb.). Alsó- és Felső Szigetköz között az interjúalanyok többsége szerint egyértelmű különbség, hogy az „alsó” területek esetében valamivel több a turizmus szempontjából még kiaknázatlan terület, más vélemény alapján azonban nincs említésre méltó eltérés a desztináció déli és északi területei között.

A megkérdezett szakemberek véleménye szerint a potenciális Szigetköz turisztikai márka központi elemét adhatja a vizes élőhelyek dominálta természetközelség, a feltöltődés lehetősége, valamint az ezekre épülő aktív turisztikai élménykínálat. Lényeges, hogy a Szigetköz kínálata nem homogén és nem kellően ismert, amennyiben azt országos, vagy nemzetközi viszonylatban vizsgáljuk. A Szigetköz egészének hozzácsatolása a Győr-Pannonhalma turisztikai térséghez, illetve a Szigetköz nevének szerepeltetése a kiemelt térség elnevezésében a potenciálisan rendelkezésre álló pénzügyi források mellett leginkább a terület ismertségének növelését segítené elő.

## **10. Összegzés és stratégiai javaslatok**

A KSH adatbázisában elérhető, a települések turizmushoz kapcsolódó eredményeit leíró adatok alapján látható, hogy a kutatás során vizsgált települések közel 55%-a esetében nincs a településen kereskedelmi szálláshely, a vendéglátóhelyek száma alacsony, az önkormányzatnak pedig nincs idegenforgalmi adóbevétele.

A vizsgált települések települési honlapjai, illetve néhány, turisztikai attrakciókkal foglalkozó honlap (programturizmus.hu, utazzitthon.hu, szallas.hu) alapján elkészített turisztikai vonzerőleltár alapján megfigyelhető, hogy a Szigetköz településein alacsony számú, a turizmus szempontjából releváns rendezvény kerül megrendezésre. A települések weboldalai, illetve a felsorolt gyűjtőhonlapok nem tartalmazzák a desztinációhoz kötődő összes rendezvényt. Azokról a rendezvényekről az adott település iránt érdeklődő potenciális látogatók számára nehezebb a tájékozódás. A rendezvények többsége a turizmus szempontjából kevésbé tűnik hasznosíthatónak, azonban vannak olyanok, amelyek jól átgondolt, helyi adottságokra, erősségekre és a rendezvény egyedi vonásaira épülő fejlesztések révén hosszabb távon ígéretesnek bizonyulhatnak (pl.: Ladikos fesztivál, Jézuskeresés, Szigetköz Lovastalálkozó, Voluta Nemzetközi Vízi Karnevál, Öt Templom Fesztivál, stb.). A turisztikai stakeholderek számára kiküldött kérdőív eredményeinek elemzése során mindössze egyetlen konkrét rendezvényre irányuló említés érkezett (Szent István Napok), míg a strukturált interjúk megerősítették, hogy a Szigetköz egyik legnagyobb gyengesége a turisztikai magtermékek, vagyis az utazási motivációt generáló termékek és attrakciók hiánya.

Kínálatukat tekintve a vizsgált településeken többségben vannak a vallási turizmusnak, valamint az örökségturizmusnak kedvező attrakciók. Mindezek mellett mérsékelt arányban, de még mindig említésre méltó mértékben a vízi turizmushoz kapcsolható attrakciók is megjelennek. A rendelkezésre álló természetes és ember alkotta vonzerők csupán egy része tűnik alkalmasnak turisztikai célú hasznosításra. A hangsúlyt mindenképpen a kisebb települések azon attrakcióira célszerű helyezni, amelyek valamilyen szempontból egyediek, és különlegesek (pl.: boglyakemencék, Lipóti Pékség Látogatóközpont, Pieta szobor, Héderváry kastély, Mobilis Interaktív Kiállítási Központ, Duna Panoráma Tanösvény, stb.)

A Szigetköz rendezvényeinek, illetve természetes és ember alkotta attrakcióinak többsége önmagában nem képez elegendő vonzerőt, így célszerű az egyes attrakciókat jelleg szerint csoportosítva, tematikus útvonalakba szervezni.

A strukturált interjúk során a szakemberek említették, illetve az online kérdőíves felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek meghatározónak vélték az egészségturizmust, valamint felsorolták azt a potenciális fejlesztési irányok között is. A térség jelenlegi egészségturisztikai kínálatára, illetve a Dunántúl területén található, nagy hagyományokkal és ismertséggel rendelkező egészségturisztikai központokra való tekintettel nem javaslom a teljes régióra kiterjedő, ilyen irányú fejlesztéseket. Amennyiben az egészségturizmusról van szó, Mosonmagyaróvár, Lipót, valamint Győr (a fejlesztés alatt álló fürdőknek köszönhetően) helyzete természetesen különleges, hiszen a már meglévő kapacitások és vendégkör miatt ezekben a városokban mindenképpen érdemes az egészségturizmussal kapcsolatos fejlesztéseket eszközölni.

A Szigetköz egészségét tekintve három fő tematikus irányzat kialakítása javasolt:

- örökségturizmus
- vallási turizmus
- természetorientált turizmus (aktív-, vízi-, és ökoturizmus).

A kutatás eredményei alapján egyértelmű probléma az átgondolt és egységes marketing, illetve a Szigetköz, mint turisztikai céldesztnációt leíró márka, valamint a komplex, egymásra épülő és egymást kiegészítő turisztikai termékkínálat hiánya.

A hosszú távú sikerhez szükséges a Szigetköz turisztikai szolgáltatóinak és attrakcióinak (akár tematikus alapokon nyugvó) hálózatokba szerveződése és szoros együttműködése.

Ehhez kapcsolódóan jó lehetőség lehet a jelenleg is létező Szigetköz kártya által kínált előnyök kiterjesztése, valamint a bevont szolgáltatók körének bővítése. Ez történhet olyan módon, hogy a kártya által kínált előnyök a részt vevő turisztikai szolgáltatók által kínált termékek és szolgáltatások egymásra épülését erősítsék.

A Szigetköz turisztikai szolgáltatóinak együttműködési lehetőségeit, illetve a kínálati piacon való tematizált, együttes megjelenés előnyeit erősítheti egy, a Szigetköz számára létrehozott, interaktív, turizmusorientált applikáció, amely segítségével átlátható és világos módon lehetséges a szolgáltatások tematikus csoportosítása. A Szigetköz kártya, illetve az online, interaktív turisztikai applikáció természetesen fejlesztéseket és erőteljes együttműködési hajlandóságot kíván a térség turisztikai szolgáltatói részéről.

További, a turisztikai irányú fejlesztéseket, illetve előrelépést segítő lehetőség a Győr-Pannonhalma turisztikai térségen kívül maradt szigetközi települések hozzárendelése a kiemelt turisztikai térséghez, a „Szigetköz” név beemelése a turisztikai térség elnevezésébe, illetve a győri és mosonmagyaróvári egységek mellett további Tourinform irodák létesítése.

## **Irodalomjegyzék**

ALEXAY, Z. (2018): A Szigetköz múltja és jelene, *Honismeret*, 46(3): pp. 50-61.

BĂNDOI, A. – JIANU, E. – ENESCU, M. – AXINTE, G. – TUDOR, S. – FIROIU, D. (2020): The Relationship between Development of Tourism, Quality of Life and Sustainable Performance in EU Countries. *Sustainability* 12, 1628. DOI:10.3390/su12041628

- BRUCE, D. M. (2013): The nineteenth-century 'golden age' of cultural tourism: How the beaten track of the intellectuals became the modern tourist trail. In: Smith, M. K. – Richards, G. (eds.): *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. Routledge, Abingdon, pp. 11-18.
- ÇAPAR, H. – ASLAN, Ö. (2020): Factors Affecting Destination Choice in Medical Tourism. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 8 (2), pp. 80-88. DOI: 10.34172/ijtmgh.2020.13
- CAPÓ, J. – VALLE, E. (2008): The Macroeconomic Contribution of Tourism. in *Tourism Development: Economics, Management and Strategy* (Ramos, A. D. – Jiménez, P. S. eds.) Nova Science Publishers, New York
- CARRERA, P. M. – BRIDGES, J. F. (2006): Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research*, 6(4), pp. 447-454 (DOI: 10.1586/14737167.6.4.447)
- CROUCH, G. I., – RITCHIE, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152. (DOI:10.1016/s0148-2963(97)00196-3)
- CSAPÓ, J. – DARABOS, F. (2011): Vízi közlekedés. in: *Turizmus és közlekedés*. (Abonyiné Palotás, J. – Csapó, J. – Darabos, F. – Huszti, Zs. – Lampertné Akócsi, I. – Raffay, Z. – Talabos, I. – Veres, L. szerk.) Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- DRYGLAS, D. – RÓŻYCKI, P. (2017): Profile of tourists visiting European spa resorts: a case study of Poland. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9 (3), pp. 298-317, DOI: 10.1080/19407963.2017.1297311
- EUROPEAN COMMISSION (2020): *The EU Helps Reboot Europe's Tourism*. Elérhető: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/FS\\_20\\_851?fbclid=IwAR1Vxcm1idBcyZmAJQFQGPZrw5khwmuQ-USHG03EYj83-n0Vn32bPgJsFCU](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/FS_20_851?fbclid=IwAR1Vxcm1idBcyZmAJQFQGPZrw5khwmuQ-USHG03EYj83-n0Vn32bPgJsFCU) (letöltve: 2021.01.31.)
- GHOLAMI, M. – ABADI, A. M. K. H. – MILADY, S. – GHOLAMI, M. (2020): A Systematic Review of the Factors Affecting the Growth of Medical Tourism in Iran. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 8 (1), pp. 1-12, DOI: 10.34172/ijtmgh.2020.01
- GHULAMRABBANY, MD. – AFRIN, S. – RAHMAN, A. – ISLAM, F. – HOQUE, F. (2013): Environmental effects of tourism. *American Journal of Environment, Energy and Power Research*, Vol. 1, No. 7
- GONDA, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés alapjai*. PTE KPVK, Szekszárd
- HALL, C. M. – LEW, A. (1998): *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective*. London: Prentice Hall
- HUSTINÉ DR. BÉRES, K. (2011): *Fürdők és az egészségturizmus közgazdaságtana*. Szent István Egyetem, Gödöllő
- ICOMOS (1997): *Charter for Cultural Tourism*. Elérhető: <http://www.icomos.org/tourism/> (letöltve: 2018.03.04.)
- JANDALA, CS. – SÁNDOR, T. – GONDOS, B. (2010): Az egészségturizmus a turizmuspolitika fókuszában: A fürdőkultúra szerepe a turisztikai termékfejlesztésben. *Turizmus Bulletin XIV. évfolyam 4. szám*) pp. 19-28.
- JÁSZBERÉNYI, M. (2019): *Vízi turizmus és közlekedés: termékek, trendek, regionalitás*. Akadémiai Kiadó, Budapest. DOI:10.1556/9789634544067

- KARDOS ZOLTÁNNÉ (2011): *Turisztikai ismeretek*. Egyetemi tankönyv, Keszthely. pp. 57–58.
- KOSKINEN, V. (2019): Spa tourism as a part of ageing well. *International Journal of Spa and Wellness*, DOI: 10.1080/24721735.2019.1668673
- KUPI, M. (2019): A Szigetköz térség turisztikai regionális ereje és lehetőségei. In: BÁLINT, CS. – FÖLDI, P. – KÁPOLNAI, ZS. – KOVÁCS, CS. J. – NAGYNÉ MOLNÁR, M. – ZSARNÓCZKY, M. B. (szerk.): *Rurális térségek a 21. században tudományos konferencia – Tanulmánykötet*. Szent István Egyetem, Gödöllő
- LEE, T. J. – HAN, J. S. – KO, T. G. (2020): Health-Oriented Tourists and Sustainable Domestic Tourism. *Sustainability* 12(12). DOI:10.3390/su12124988
- LEMMA, A. F. (2014): *Tourism impacts: Evidence of impacts on employment, gender, income. Overseas*. Development Institute, London.
- LENGYEL, M. (1989): *A kultúra és a turizmus együttműködési lehetőségei*. Budapest, Közművelődési Információs Intézet. 149 p.
- MCKERCHER, B. – DU CROS, H. (2002): *Cultural Tourism: The partnerships between tourism and cultural heritage management*. Haworth Press, Binghampton.
- MICHALKÓ, G. – RÁTZ, T. (2019): Turizmus 3.0 – Támpontok a turizmustörténet legújabb korának megértéséhez. In: KÁTAY, Á. – MICHALKÓ, G. – RÁTZ, T. (eds.): *Turizmus 3.0*. Kodolányi János Egyetem, Orosháza–Budapest.
- MICHALKÓ, G. (2008): *A turisztikai tér társadalomföldrajzi értelmezésének új dimenziói*. MTA doktori értekezés, Magyar Tudományos Akadémia, Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, 18 p.
- MICHALKÓ, G. (2010): *Boldogító utazás: a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
- NAGY, B. (2020): A csíksomlyói pápalátogatás turisztikai elemzése: Hogyan látták a résztvevők? *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5(3): pp. 42-56. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.03.03
- ORSZAGJARO.NET: <https://www.orszagjaro.net/szigetkoz/> (Letöltve: 2022. 01. 27.)
- PUCZKÓ, L. – RÁTZ, T. (2005): *A turizmus hatásai*. Aula, Budapest.
- PUCZKÓ, L. – SMITH, M. (2010): Tourism-Specific Quality-of-Life Index: The Budapest Model. In: BUDRUK, M. – PHILIPS, R. (eds.): *Quality-of-Life Community Indicators for Parks, Recreation and Tourism Management*. Social Indicators Research Series, Springer, London, DOI: 10.1007/978-90-481-9861-0\_9
- QUINTELA, J. – COSTA, C. – CORREIA, A. (2020): *Health and Wellness Tourism as a Source of Happiness and Quality of Life*. In: PARREÑO, J. M. – CALVET, R. G. – MUÑOZ DE PRAT, J. (szerk.): *Proceedings of the 3rd International Conference on Tourism Research*. Academic Conferences and Publishing International Limited, pp. 196-203. DOI: 10.34190/IRT.20.046
- RÁTZ, T. (2011): Kulturális turizmus. In: MICHALKÓ, G. (ed.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés = Design and development of touristic products*, Pécsi Tudományegyetem, Pécs.
- RICHARDS, G. (2018): Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 2018(36):. pp. 12-21.

- RIEGER, T. (2013): Sustainability and Health Tourism. In: JENKINS I. – SCHRÖDER, R. (eds.): *Sustainability in Tourism: A Multidisciplinary Approach*. Springer Gabler, Wiesbaden.
- SILBERBERG, T. (1995): Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management* 16(5): pp. 361-365.
- SMITH, M. – KELLY, C. (2006): *Wellness Tourism, Tourism Recreation Research*, 31(1): pp. 1-4, DOI: 10.1080/02508281.2006.11081241
- SMITH, M. (2015): Baltic Health Tourism: Uniqueness and Commonalities. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 15(4), pp. 357-379. DOI: 10.1080/15022250.2015.1024819
- SMITH, M. K. (2003): *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge, London.
- SULYOK, J. – MÁRTONNÉ MÁTHÉ, K. (2014): A vallási turizmus helyzete Magyarországon. *Turizmus Bulletin* 16(1): pp. 11-20.
- TIMOTHY, D. J. (2011): *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publication, Bristol.
- TRIBE, J. (2011): *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism* (4th edition). Butterworth-Heinemann, Oxford.
- UJVÁRI, K. (2009): A Tisza-völgy vízi turizmusának fejlesztési lehetőségei. *Modern Geográfia* 2009(4).
- UNWTO (World Tourism Organisation) - United Nations Environment Programme (2005): *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. Paris.
- UNWTO (World Tourism Organization) (2018): *European Union Tourism Trends*. DOI: 10.18111/9789284419470
- UNWTO (World Tourism Organization) (2019): *UNWTO Tourism Definitions*, UNWTO, Madrid, DOI: 10.18111/9789284420858
- VANHOVE, N. (2005): *The Economics of Tourism Destinations*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford
- VARGA, M. (2011): A vallási turizmus jelenléte ma Magyarországon. *Keresztény Szó*. 22(12).
- ZEKAVATI, F. – NAAMI, A. (2019): Explaining the Factors Influencing Health Tourism by Medicinal Plants Approach. *Biannual Journal of Halal Research*, 3, pp. 63-74. DOI: 10.30502/H.2020.104820

# EGY ÉLETPÁLYA HATÁSAI: CSIZMADIA LÁSZLÓ A TANÁR, A VEZETŐ ÉS A SZAKEMBER

<sup>1</sup> Szalók Csilla – <sup>2</sup> Hanusz Árpád – <sup>3</sup> Szabó Géza

<sup>1</sup> (PhD) főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar; Szalok.Csilla@uni-bge.hu

<sup>2</sup> professor emeritus, Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar; arpad.hanuszgmail.com

<sup>3</sup> egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet; fg4t@gamma.ttk.pte.hu

## Absztrakt

Dr. Csizmadia László Tanár Úr, Elnök Urunk, kedves kollégánk a hazai turizmus és vendéglátás szakma megalapozó és meghatározó egyénisége volt. A szinte határtalan aktivitása kiterjedt a gasztronómián, a borkultúrán és a szakmai képzések rendszerén át a vidéki turizmus számos formájáig. Kezdeményezője, szakmai fejlesztője volt a turizmus – vendéglátás felsőfokú képzéseknek saját intézményén a legendás KVIF-en, a Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolán kívül Győrtől - Nyíregyházáig számos felsőoktatási helyszínen.

Elkötelezettsége a vidék fejlesztése és azon belül a vidék turizmusának erősítése iránt az altruista attitűd példáját jelentette valamennyiünknek. Innovatív elme volt, aki új ötletekkel és megoldásokkal mozdította előre a minőségi vendégfogadás hazai megerősödését.

A konferencia harmadik, a vidéki turizmus kérdésköreit vizsgáló szekciója a munkáját Dr. Csizmadia László emlékének szenteli. A jelen tanulmányunkban természetesen nem tudjuk még összefoglalni sem ennek a páratlan gazdagságú szakmai életútnak minden elemét, de a felejtés idővel egyre vastagodó falán legalább az általa legfontosabbnak tartott szakterületeken nyissunk réseket és tárjunk fel részleteket a törekvéseiből és elért eredményeiből!

*Keywords: KVIFK, FATOSZ, EUROGITES, Dr. Csizmadia László*



## **THE IMPACT OF A CAREER: LÁSZLÓ CSIZMADIA THE TEACHER, THE LEADER AND THE SPECIALISTS**

### **Abstract**

Dr. László Csizmadia Teacher, our President, our dear colleague was a founding and defining personality of the Hungarian tourism and hospitality profession. His almost boundless activity ranged from gastronomy, wine culture and the system of professional training to many forms of rural tourism. He was the initiator and professional developer of higher education in tourism and catering, not only at his own institution, the legendary KVIF, but also at the College of Commerce, Hospitality and Tourism in many higher education establishments from Győr to Nyíregyháza.

His commitment to the development of the countryside and, within it, to the strengthening of rural tourism, has been an example of altruism to us all. He was an innovative mind who promoted the strengthening of quality hospitality in Hungary with new ideas and solutions.

The third section of the conference, on rural tourism issues, will be dedicated to the memory of Dr. László Csizmadia. In the present study we cannot, of course, summarise all the elements of this incomparably rich professional career, but let us at least open up the gaps in the wall of oblivion, which is getting thicker with time, in the areas of expertise he considered most important, and reveal details of his efforts and achievements.

*Keywords: KVIFK, FATOSZ, EUROGITES, Dr. László Csizmadia*

## Bevezetés

Már több mint másfél éve búcsúztunk el a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségének örökös tiszteletbeli elnökétől, Dr. Csizmadia Lászlótól (1937-2020). A Tanár Úr, Elnök Urunk, kedves kollégánk a hazai turizmus és vendéglátás szakma megalapozó és meghatározó egyénisége volt. A szinte határtalan aktivitása kiterjedt a gasztronómián, a borkultúrán és a szakmai képzések rendszerén át a vidéki turizmus számos formájáig. Kezdeményezője, szakmai fejlesztője volt a turizmus – vendéglátás felsőfokú képzéseknek saját intézményén a legendás KVIF-en, a Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolán kívül Győrtől - Nyíregyházáig számos felsőoktatási helyszínen. Főiskolája főigazgatójaként kormányozta át képzéseiket a bolognai rendszer útvesztő kihívásain, és vezette intézményét az egységesülő Budapesti Gazdasági Egyetem karai közé.

Elkötelezettsége a vidék fejlesztése és azon belül a vidék turizmusának erősítése iránt az altruista attitűd példáját jelentette valamennyiünknek. Az a kiváló szakember volt, aki a hazai turizmus és ezen belül a falusi vendégfogadás nehéz időszakában is látta a reményt. Innovatív elme volt, aki új ötletekkel és megoldásokkal mozdította előre a minőségi vendégfogadás hazai megerősödését. Nagy gasztronómusként, a magyar borkultúra elhivatott képviselőjeként, a magyar dalkultúra kiváló hangú megjelenítőjeként, olyan kapukat nyitott meg a hazai turizmus számára, amelyek nagyban segítettek szakterületünk elismertetését és fejlesztését. Ebben a gazdag és színes csokorban a vidék turisztikai fejlesztése, a klasszikus falusi turizmus egy meghatározó részt képezett. Dr. Csizmadia László közel másfél évtizedig képviselte gondos gazdaként, a FATOSZ elnökeként a vidéki turizmus ügyeit.

A konferencia harmadik, a vidéki turizmus kérdésköreit vizsgáló szekciója a munkáját Dr. Csizmadia László emlékének szenteli. A jelen tanulmányunkban természetesen nem tudjuk még összefoglalni sem ennek a páratlan gazdagságú szakmai életútnak minden elemét, de a felejtés idővel egyre vastagodó falán legalább az általa legfontosabbnak tartott szakterületeken nyissunk réseket és tárjunk fel részleteket a törekvéseiből és elért eredményeiből!

A három fő területe a tanulmánynak:

1. Dr. Csizmadia László szerepe a turizmus-vendéglátás képzések fejlesztésében és a Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskola meghatározó képzési központtá erősítésében;
2. Dr. Csizmadia László szervezői, vezetői szerepe a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségének (FATOSZ) felépítésében és irányításában;
3. Dr. Csizmadia László munkásságának hatásai a vidéki turizmus és a kapcsolódó szakterületek fejlődésére.

A három szakterület összegzésére három olyan kollégája vállalkozott, akik közreműködői, segítői voltak munkásságának és mellé még jó barátai is lettek a közösen vitt témák és évtizedek során. Természetesen ezek a kollégák és barátok nem tudnak és nem is akarnak elfogultság nélkül tekinteni László életútjára.

### **Dr. Csizmadia László hozzájárulása a magyar felsőoktatás korszerűsítéséhez, az idegenforgalmi képzés elindításához**

Dr. Csizmadia Lászlónak óriási szerepe volt a hazai felsőoktatás fejlesztésében, a turizmus piac oktatási bázisának megteremtésében, a turizmus-vendéglátás felsőoktatási képzés kialakításában, eukonform megteremtésében, a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karára (BGE KVIK) mai vezető szerepének megalapozásában. *„Személyében egy különös egyéniség, lebilincselő, sokoldalú tudós,*

*példamutató közéleti ember, humánus és közvetlenség páratlan egysége társult*” (DEÁK 2012).

Jelen munkával bizonyítani szeretnénk, hogy Dr. Csizmadia László munkássága túlmutatott a főiskola (majd BGE) keretein, a magyar felsőoktatásban, a turizmus-vendéglátás oktatásában maradandó nyomokat hagyott.

### **Kezdetek: 1968-1969 a Kereskedelmi Vendéglátóipari Főiskola**

A gyakorlat iránti erős érdeklődése már fiatal korában megmutatkozott. Jogi végzettség megszerzése után szakács, felszolgáló, portás szakmai képesítéseket is szerzett. Már a jogi egyetemi évei alatt gyakornokoskodott a Hotel Gellért szállodában, ahol egyre jobban a szakma bővületébe került. Egyenes volt az út a HungarHotels egri önelszámoló egységének igazgatói székéig, amit aztán 1968-ban váltott le a tanári pályáért. Az 1960-as évek közepétől kifejlődő reformidőszakban, az egyre szélesedő külső nyitással elindult a piac liberalizációja. Az elvárások az oktatással szemben is megnöttek. Szükségessé vált a felsőoktatás reformja, a főiskolai rendszer kialakítása. Ennek eredményeként az Elnöki Tanács 1969.évi 26. törvényerejű rendeletével az elsők között hozta létre a Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskolát (HORN 2009), a kereskedelmi–vendéglátóipari képzés bázisát.

Dr. Csizmadia László 1968-ban főiskolai docensként kapcsolódott be a főiskola elődintézményének munkájába. Saját 2020-as visszatekintését idézve „1969. szeptember 1., amikor főiskolává avanszáltunk, világos volt már akkor, hogy a szakmai felsőoktatásban is, az európai elvárások elérését kell megcélozni.”(CSIZMADIA kézirat 2018). 1995-től 2004-ig az Idegenforgalmi Tanszék és Vendéglátó és Idegenforgalmi Intézet vezetője, 1993-2000-ig a Kereskedelmi és Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskola főigazgatója, 2000-2002 között a Kereskedelmi Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karigazgatója, 1968-2014-ig a BGE és jogelődjeinek tanára ”.

### **A Korszerű -nyugati típusú- képzési tartalom kialakítása, a felsőfokú idegenforgalmi képzés elindítása**

A szakmai oktatás lényegét abban látta, hogy a piaci változásokra gyorsan kell reagálni, a szakmával együtt kell élni, szinte együtt lélegezni. Képzési célként az akkor még heves vitákat kiváltó vállalkozási ismeretek és készségek fejlesztését ösztönözte. Az idegen nyelvek oktatásának teljes átalakítását indította el. Először a szabad nyelvválasztás, az óraszámok megemlése, majd a nyelvvizsga követelmények kitűzése jelentett jelentős változásokat, emelte a képzés színvonalát. Az elmélet és gyakorlat egységét, fontosságát az oktatásban egész pályafutása alatt prioritásként kezelte! Munkássága alatt nyugati mintákra alapozva, folyamatosan épült ki az elméleti és gyakorlati ismereteket jól egyesítő korszerű tantervi struktúra. Az egyes szakmai tantárgyak keretében, házon belüli gyakorlatok erősítették az elméletet, majd kezdetben, nyaranta egy hónapos, illetve hathetes, majd a tantervi reformok eredményeképpen hat hónapos külső szakmai gyakorlatok épültek a tananyagba. A nemzetközi piac elvárásainak ismeretét a 80-as évektől folyamatosan kiépülő külföldi gyakorlati rendszer felépítésével erősítette. Kezdetben még csak 1-1-hallgató végezte gyakorlatát külföldön (Szlovákiában, NDK-ban, Lengyelországban, Szovjetunióban és Bulgáriában) majd a rendszerváltást követően a nemzetközi kapcsolatok bekapcsolásával a világot nyitotta ki a hallgatók számára.

A képzések egyik legfontosabb értékének a tanterv piachoz való folyamatos igazítását tartotta. Örökös újító munkájának eredménye, hogy a nyugat- európai gyakorlathoz igazodva, önállósodott az idegenforgalmi képzés és 1994-től a Vendéglátóipari és Szálloda Szak mellett létrejött az Idegenforgalom és Szálloda Szak és a képzési idő a nemzetközi gyakorlatot követve nyolc félévre változott mindkét képzésen. Ezáltal egy plusz félév állt már egy komplex

gyakorlati rendszer kialakításához rendelkezésre. Bevezetésre került a plusz egy menedzser asszisztensi félév. Csizmadia úr erős szakmai kapcsolatainak a külföldi intézményekkel kialakított szoros együttműködésnek köszönhetően bevált jó gyakorlatokat átvétele, illesztése folyamatosan történt képzéseinkbe. Ennek eredménye az első tanszalloda működtetése a belvárosban. Ez az Erzsébet Szálló, amit évekig a turizmus –vendéglátás szak hallgatói a tanáraikkal együttműködve üzemeltettek. Kieépítésre került a Főiskola vendéglátó tanüzeme is, ahol már a vendéglátó hallgatók komplex vendéglátó projekteket menedzselhettek.

Az 1991/1992-es új tanterv, mind a tantárgyak struktúrájában, mind az oktatási módszerek és gyakorlatok szervezésében, a nyelvi tartalomban egy progresszív tartalmi megújítást eredményezett. Bevezetésre kerültek az alternatív (környezetvédelem, falusi turizmus) (CSIZMADIA 2016), és fakultatív tantárgyak (világturizmus, kontrolling). Kidolgozásra kerültek a záródolgozati követelmények, a szakdolgozati külső bírálati rendszer bevezetése a komplexitás igényét hivatott szolgálni.

A Magyar Szálloda Szövetséggel való szoros együttműködés (Lombosi Gábor támogató hozzáállása nyomán) 1993/94-re azt eredményezte, hogy előbb 6, majd Idegenforgalmi és Szálloda szakon 11 és végül 18 hónapos amerikai gyakorlatok indulhattak el. Megnyílt a külföldi részképzések lehetősége is. Sikeres működése a mai napig jelentős hozzáadott értéket jelent intézményünknek. Ezzel megteremtődött annak a lehetősége, hogy az idegenforgalmi és vendéglátó szakos hallgatók választhatóan egy félévet külföldi gyakorlati helyen tölthessenek. A hallgatók elsősorban Európába, de mondhatjuk, szinte minden földrészre eljutottak gyakorlatra. Ezzel a gyakorlati rendszer megerősödött!

A szakmai elvárásokhoz való igazodás eredményeit a Főiskola piaci sikerei mindenkor visszaigazolták. Emelkedett a jelentkezők száma, az idegenforgalmi szakra jelentkezők magas átlag pontszámai az erős piaci pozíciót jelezték vissza. Az 1996-os MAB akkreditáció is visszaigazolta a sikereket: az Idegenforgalmat kiválóra, a Vendéglátást jóra minősítették. A bolognai átalakítás kapcsán Brüsszelbe is meghívást kapott a Főiskola és ennek eredményeként elsőnek került bevezetésre Magyarországon az angol nyelvű, ún. „Supplement” diplomatanúsítvány. Az 1996/97-es tanévben megszűnt az esti képzést, a piaci igényekhez jobban alkalmazkodó, kísérleti levelező távoktatás rendszer indult el. Megkezdődött a korszerű távoktatási anyagok, videó filmek és egyéb egyéni tanulást segítő eszközök fejlesztése. A nyelvi tanszék elindította a Gazdasági Nyelvvizsga Központot (HORN 2009).

A 90-es évek a minőségi megújulás évei voltak. Az európai felsőoktatási rendszerhez való kapcsolódás az eddigieknél nagyobb tartalmi és szervezeti átalakulásokat igényelt. Dr. Csizmadia László hitt a hatékony és valamennyi fél érdekeit képviselni tudó együttműködésben. Jelentős szerepe volt a 2000 január 1-jén létrejött Budapesti Gazdasági Főiskola (továbbiakban BGF) létrejöttében, amely a Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolát, a Külkereskedelmi Főiskolát és Pénzügyi és Számviteli Főiskolát integrálta. Későbbi pályafutása során is folyamatosan fejlesztett, de kudarcok is érték. *„A legsikeresebb vállalkozás, szervezet nem csak felismeri a változásokat, de megkísérli befolyásolni azokat. A változásokat új lehetőségként kezeli és bevonja a dolgozókat a változások lebonyolításába”* (SZALÓK 2012).

A nagy szervezetnek egy intézményeként előre menni, érdekeket képviselni ismét új kihívást jelentett. Dr. Csizmadia László kudarcként kezelte a Vendéglátó és Turizmus képzés összevonását, vagy a 2 féléves gyakorlati rendszer egy félévre csökkentését. Alkalmazkodása az új körülményekhez még jobban kicsúcsosította etikus és bölcs vezetői alkatát, egyszerre szolgálta az intézményt és a társadalmat. Bizonyíték erre számtalan társadalmi, szakmai és civil szervezetben végzett gigantikus munkája. A legjelentősebbek közülük: elnöke volt a Falusi és

Agroturizmus Országos Szövetségének, az Értelmi Sérülteket Szolgáló Társadalmi Szervezetek és Alapítványok Országos Szövetségének és alapító tagja volt a Magyar Bor Akadémiának.

Pozitív értékekhez és szilárd elvekhez ragaszkodó tanár és vezető volt. Pályafutása kezdetén nevéhez fűződött a vendéglátó hallgatók önképző körének az „*Ínyenc Klub*”-nak a létrehozása. Ezek a rendezvények mintául szolgáltak a különböző nemzeti estek országos elindításához. 2018-as visszaemlékezéseiből idézve: „*A szakiskolára való áthelyezésem évében 1968 őszén, Ketter úrral, 5 hallgatóval és a tanüzem cheffjével a Lipcsei Szakiskola meghívására, három iskola diákjainak versenyén vettünk részt. Megnyertük. Ott láttam alapján, az úton elhatároztuk, hogy ezt itthon is megvalósítjuk. Ez lett az Ínyenc Club*” Ebből az évek során egy un. tudományos-gyakorlati diákköri mozgalom alakult ki, saját szervezettel (CSIZMADIA kézirat 2018). Ez a szervezet évtizedekig fontos szereplője tudás és gyakorlat fejlesztője vendéglátó képzésünknek.

Az 1992-es Sevillai Világkiállításon a magyar pavilon éttermét és egy Matthias Rex koncessziós éttermet a főiskola 92 hallgatója és 42 fiatal szakember üzemeltette. A szakemberek több mint fele az almamáterben tanult. A szakmai irányítását és a szervezőmunkát is a főiskola tanárai végezték. A Pavilon étterem versenyében a harmadik helyet, míg a koncessziós étteremnél külön díjat kapott a csapat. A hallgatók a szakmai gyakorlatukat teljesítették. Kiválóra vizsgáztak! Ez egy igazi siker, nagy szakmai kaland volt (CSIZMADIA kézirat 2018).

Kanadai minta alapján 1992-ben Dr. Csizmadia László kezdeményezésére létrejött az idegenforgalmi szak mellett működő Szakmai Tanácsadó Testület (DEÁK 2012). Célja, hogy a piac igényei és elvárásai közvetlenül bekerüljenek a képzésbe, a szakma részese legyen a képzés fejlesztésnek. Először 1992-ben az Idegenforgalmi, majd később a Vendéglátó, a Pedagógia és a Kereskedelmi Intézetek Szakmai Tanácsadó Testületei is létrejöttek. Ettől kezdve az egyes szakterületek vezető képviselői, rendszeresen találkoztak a képzési területek vezetőivel és oktatóival, kölcsönösen kicserélve a tapasztalatokat, tájékoztatást kaptak a képzésfejlesztés irányairól, tervekről, véleményük beépült a legfőbb stratégiai döntésekbe. Számtalan javaslat érkezett a szakmai képzésünk keresletnek megfelelő fejlesztésére. Ez az együttműködés azóta is példaértékű!

### **A Felsőfokú Szakképzés országos rendszerének elindítása**

A Főiskola 1990/1991-es tanévben két éves, felsőfokú, a középiskolai és főiskolai képzés közé illeszkedő, új típusú nappali rendszerű idegenvezető-hostess képzés kidolgozója és elindítója volt. A 90-es évekre a turizmus nemzetgazdasági jelentősége egyre nagyobb lett. A turisztikai és vendéglátó vállalkozások kezdtek elszaporodni, megnőtt a kereslet a jól képzett szakemberek iránt. A felvételi kerethatárokat nagyságrenddel meghaladó jelentkezők száma is a gyorsan megnövekedett piaci igényeket tükrözte. A képzés indítására a közvetlen lökést az adta, hogy Magyarországon Expo szervezésére nyílt esély. Ennek megrendezéséhez idegen nyelveket beszélő idegenvezetőkre, hostessekre lett volna hirtelen óriási igény. A magas fokú idegen nyelvi felkészültségre tekintettel azonnal bevezetésre került 4-5 tantárgy angol/ német nyelven történő oktatása. A 4 féléves oktatás végén két szakmaival bővített nyelvvizsga is követelmény lett. Nyáron 2 hónapos idegenvezető - hostess ügyintéző gyakorlat is része volt a képzési követelményeknek. Aki 4,2 feletti átlaggal végzett, az felvételi nélkül tovább tanulhatott a főiskolai szakon és plusz 2.5 év alatt megszerezhetette a főiskolai diplomát is.

A nyugati tapasztalatokat adaptáló 2 éves szakképzésre óriási volt az érdeklődés. A főiskola ennek az alapvetően új típusú képzési rendszernek a létrehozásával több évvel előzte meg a korát. A kredit rendszer bevezetését megelőzően, a korábbi tanulmányok beszámításának lehetősége, a felvételi vizsgák nélkül, tanulmányi eredményekre épülő felvételi rendszer rendkívül innovatív, újszerű megoldás jelentett az akkori felsőoktatásban (CSIZMADIA 2008).

A felsőfokú gazdasági szakképzés országos rendszerének részét képező kereskedelmi, vendéglátó és idegenforgalmi szakképzés programjának, tananyagainak, működési modelljének kialakításában kezdeményező szerepet, majd OKJ képzési körbe való illesztésével is aktív szerepet vállalt az intézmény. Ezen a képzési területen a BGE ma is megkerülhetetlen szereplő.

### **Elsők között az idegen nyelven folyó képzés bevezetésében**

Az idegenvezető-hostess képzés elindítása, néhány szakmai tantárgy két nyelven történő oktatása kellő lendületet adott 1994-ben az alapképzés minden tantárgyát angol és német nyelven tanuló évfolyam bevezetéséhez. Kezdetben csak az idegenforgalmi közgazdász képzésben, néhány év múlva csatlakozott a vendéglátó szak angol, majd a kereskedelem szak angol és német nyelvű képzése is. Ez megteremtette a hallgatók számára a lehetőséget annak, hogy szakmai gyakorlatukat külföldön végezzék, nemcsak Európában, hanem a világ különböző, távoli országaiban is. A helyi kultúrák megismerése mellett, a féléves vagy két féléves szakmai gyakorlatok alatt nem csak kommunikációs és interkulturális készségeket sajátíthatnak el, hanem vállalkozói készségeiket is fejleszthették. Az egyre szaporodó hazai külföldi tulajdonú vállalkozások is szívesen látták a több nyelven kiválóan beszélő hallgatókat. Az idegennyelvű képzés bevezetése megteremtette a lehetőséget a külföldi diákok rész, vagy teljes képzésre való fogadásának. Egyre nagyobb lett az érdeklődés intézményünk iránt. A növekvő beutazás eredményeként erősödött a hallgatói mobilitás, az oktatói mobilitás, a munkatársi mobilitás, erősödött az együttműködés kezdetben az európai, majd az Európán kívüli országokkal is (CSIZMADIA 2008).

### **Együttműködés, nemzetközi kapcsolatrendszer, folyamatos pályázati aktivitás az oktatás színvonalának emelése érdekében**

A nemzetközi kapcsolatok és pályázati sikerek jelentették azokat a cölöpöket, amelyekre az idegenforgalmi és vendéglátó képzésen még ma is jól működő bilaterális és multilaterális együttműködések épülhettek. Ezek a közös munkák a későbbi kettős diplomák feltételeit alapozták meg. Néhány fontosabb állomás ezek közül. A 80-as évek második felében elindult a nemzetközi kapcsolatok kiépítése, amely fokozatosan felgyorsult. Jelentős állomás volt 1991-ben itt Budapesten öt nyugat-európai főiskola (Heilbron, Breda, Einthoven, den Haag, Manchester) és a KVF közös „*Hídverés a keleti és a nyugat-európai Idegenforgalmi és Szállodai Felsőoktatás között*” című sikeres nemzetközi konferenciája, amin 46 európai és két tengertúli főiskola, illetve egyetem képviseltette magát.

Nagy lendületet adott az együttműködéseknek az 1990-ben elindult pályázati rendszer. 1993/94. évben a kanadai, thaiföldi intézményekkel aláírt trilaterális egyezmény, majd az Egyiptommal aláírt együttműködési megállapodás tovább szélesítette a lehetőségeket. Ezek a kapcsolatok teremtették meg az alapot az Idegenforgalmi és szálloda szakos hallgatók külföldi részképzéséhez és a féléves szakmai gyakorlatokhoz. Svájci kormány oktatási támogatása segített az oktatók képzésében és életre hívta a Magyar -Svájci Turisztikai Továbbképző Intézet Alapítványt (CSIZMADIA 2008).

Európa Tanulmányok elsőként a Főiskolán indult el Magyarországon Eilling és Oviedo egyetemek segítségével, majd a LOKOMOTION pályázattal (Kempton, Haddesfield, Győr és Budapest) segített közösen kidolgozni az idegenforgalmi képzés európai kereteit. Rendkívül jelentős volt a British Council Know How Found pályázatának elnyerése, amely a manchesteri egyetemmel több, mint 18 éves együttműködés alapozott meg. A nemzetközi kapcsolatok bővülésében nagy segítséget jelentettek az elnyert TEMPUS, PHARE, Világbanki, Holland kormányközi, s nem utolsósorban, az OKÉV pályázatok, és az IFA céltámogatások (SZALÓK 2008).

A SATOURLAD (1993-1995), NATOURLAND (1995-1997) és PHARE POST-SEKUNDERI 2000 (1996-1998) pályázatok a post- szekunder képzések fejlesztését támogatták. Az országban hat főiskolán (Eger, Nyíregyháza, Zsámbék, Győr, Kaposvár és Szombathely) az 1996/97-es tanévben közösen együttműködve történt az idegenforgalmi ügyintéző és falusi turizmus menedzserképzés bevezetése (CSIZMADIA 2016), melyek a ma folyó képzések lehetőségét teremtették meg (CSIZMADIA kézirat 2018).

A nemzetközi szakmai és oktatás intézményi kapcsolatok a szomszédos országok főiskolái és szakiskolái felé is bővültek. Ebben nagy segítséget jelentett a svájci székhelyű, de alapjaiban angol „*La Fondation pour la Formation Hotelière*” alapítvány, amely, éveken át finanszírozta „*West-East European Co-operation in Hospitality and Tourism Education*” konferenciákat. Ezek lehetőséget teremtettek a post-graduális, illetve mester képzések tanterveinek fejlesztésére, közös tanár továbbképzések szervezésére, angol, svájci, francia, holland, valamint lengyel, litván, cseh, szlovák, bolgár, ukrán és magyar kollégák részvételével. Az utolsó budapesti konferencia e témában 2001-ben zajlott (CSIZMADIA kézirat 2018).

A felsőoktatás bolognai modelljének bevezetésében és hazai viszonyokra történő adaptálásában nagy segítséget jelentett és jelent a mai napig az a rendkívül sokirányú kapcsolatrendszer, ami ebben az időben jött létre (SZALÓK 2012).

### **Összegző gondolatok**

Emlékezzünk és fejezzük ki tiszteletünket a magyar felsőoktatási képzés megújítója, innovátora, a turizmus-vendéglátás képzés megteremtője és fejlesztője előtt. Dr. Csizmadia László 50 éven át oktatott, nevelt, tanszékvezetőként, intézetvezetőként, főigazgatóként mindent megtett a magyar felsőoktatás fejlesztéséért. Szakmai és emberi erényei méltón állhatnak előttünk példaként. Jelentős változásokat indított el a magyar és turizmus-vendéglátás felsőoktatásban, társadalmi szerepvállalása révén a hazai turizmus-vendéglátás piac fejlődéséhez, a rendszerváltás utáni átalakulásához jelentősen hozzájárult (SZALÓK 2012).

*„A sorozatos fejlődést célba vevő változtatásaink nagy része sikeres volt. Különösen azoké, amikor hagyták, hogy mi magunk, a főiskola vezetése - az autonómiánk alapján - döntsön a változtatásokról”* (CSIZMADIA kézirat 2018).

### **Tervek, törekvések és eredmények a Falusi Turizmus Országos Szövetségének támogatása és vezetésében**

A falusi életmód és a természet közelsége már a két világháború között ráirányította a figyelmet hazánk egyes falusi térségeinek megismerésére. Ennek érdekében 1929-ben megalakult az Országos Magyar Weekend Egyesület. Ez 1936-ban átalakult az Országos Magyar Vendégforgalmi Szövetséggé és a megyei közigazgatásban 29 helyi igazgatóságot működtetett. A kimutatásuk szerint, ekkor 258 községben folyt a falusi vendéglátás. A tevékenységi körükbe tartozott a városi és falusi gyermekek csereüdültetése és a frekventált turisztikai vonzerővel rendelkező területen a szállás és étkezés biztosítása a turisták részére (KENÉZ 1996). Sajnos a II. világháború és az azt követő korszak megszakította e turisztikai ág fejlődést, ami csak 1989-től kezdett újra éledezni.

### **Hogyan kapcsolódott be Dr. Csizmadia László a falusi turizmus életébe?**

Véletlenül! A rendszerváltást követően az emberek figyelme jobban Európára irányult. Azt tapasztalták, hogy a franciák, a belgák, a luxemburgiak, a hollandok már régebben felismerték azt, hogy a falusi gazdaságokat több lábra kell állítani és a házaik átalakításával módot kell adni arra, hogy a városi emberek falun üdüljenek. Ausztriában, Németországban, Svájcban is egyre jelentősebbek lettek a Bauernhof-ok. Olaszországban, Spanyolországban, valamint

Portugáliában a vidéki birtokok rendezkedtek be a vendégek fogadására. A szakmai munkát és a felügyeletet a kamarák és helyi civil szerveződések segítették.

A magyar falusi élet is jelentős átalakuláson ment keresztül a rendszerváltást követően és bár nem volt turisztikai gyakorlati tapasztalatuk a vidéki embereknek, a jó gyakorlat hatására hasonló kezdeményezések hazánkban is indultak az egész ország területén. Hozzájárult ehhez a Tsz. mozgalom megszűnésével felszabaduló női munkaerő foglalkoztatási problémája is. Adott volt a tisztaszoba és adott volt a szakképzetlen vidéki női munkaerő, ami azt eredményezte, hogy hamar kialakult a falusi vendégfogadás, mint kényszervállalkozás. 1992. januárjában, az országban elsőként alakult meg a Falusi Turizmus Szabolcs Szatmár Bereg Megyei Szervezete.

A Hőgyészen, az 1993-ban megtartott I. Országos Falusi Turizmus Konferencián már mint megyei elnök vettem részt és tettem indítványt egy országos érdekképviseleti szervezet megalakítására. A javaslatot elfogadták és megalakult egy szervező bizottság. Az akkori társadalmi berendezkedés következtében az elképzelésünk az volt, hogy a Megyei Tudományos Ismeretterjesztő Társulat (TIT) égisze alatt fognak működni a megyei szervezetek és az alakuló első megbeszélésünket a TIT Bródy S. utcai székházába szerveztük. Meglepetésünkre, az előzetes egyeztetés ellenére nem kívánatos személyként nem kaptunk bebocsátást a székházba és ekkor véletlenül a korábbi ismeretségre való tekintettel, mégis sikerült az első megbeszélést a Kereskedelmi, és Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskola (KVIF) főigazgatói szobájában megtartanunk. Ez volt tehát az a véletlen, hogy Csizmadia László akkor meginvitált a főigazgatói szobájába. Innen számítható a kapcsolata a falusi turizmussal. A segítségnyújtás mellett, számtalan közös gondolatot cseréltünk, hiszen azonnal nem kapcsolódott be az érdemi munkába, de maximálisan segítette azt. Ennek köszönhető, hogy Budapesten, 1994-ben a főiskola egyik előadótermében megalakult a Falusi Turizmus Országos Szövetsége (FTOSZ). Központja a főiskolához tartozó Idegenforgalmi Könyvtár lett.

A megalakulás után több cikluson keresztül vidéki polgármesterek töltötték be a FTOSZ elnöki tisztségét. Ennek ellenére Dr. Csizmadia László segítő szándéka arra irányult, hogy a tevékenység elismert legyen és szakképzett turisztikai szakemberek végezzék a munkát. Beindultak a Falusi Turizmus menedzser, majd később a szakmenedzser képzések és ehhez fontos volt olyan országok képzési rendszerét megismerni, ahol már jól működő vendégfogadó képzés folyt. A nemzetközi tapasztalatokat megszerelve vidéki helyszíneken indultak be a hazai képzések (Nyíregyháza, Eger).

Az európai országok falusi turizmussal kapcsolatos szervezetei a 80-as évek elején, létrehozták az európai falusi turizmus ernyőszervezetet az EUROGITÉS. A szervezetnek német elnöke volt és Csizmadia Lászlóval való személyes kapcsolata révén a FTOSZ megalakulása után pár évvel csatlakozott a nemzetközi egyesülethez.

### **Dr. Csizmadia László FATOSZ elnökeként végzett tevékenysége**

A 90-es évek végére mind a nemzetközi, mind a hazai turizmus területén jelentős átalakulások következtek be. A hazai agrárium megerősödött és miután a tevékenységünk szorosan kapcsolódott a vidéki emberek életminőségében és megélhetésében bekövetkező változásokhoz aktuálissá vált a FTOSZ átszervezését. Dr. Csizmadia László 2002-ben lett a szövetség új elnöke. Fontosnak tartotta és belátta, hogy az ügyek intézése Budapesten történik és a központnak a fővárosban kell lennie, de a megnövekedett taglétszám és az eltérő vidéki adottságok és problémák kezelése miatt, egy jelentős átszervezést javasolt. Nevünket megváltoztatva bekerült az „Agroturizmus” mint új terület (FATOSZ) és a szövetség egyéni tagok helyett, a megyei szervezetek szövetsége lett.



Sok elnökségi ülésen tértünk vissza magának a falusi turizmus elméleti megfogalmazásának gondolatához (KULCSÁR 2013). Az 1989-es Hágai nyilatkozattal a turizmus fogalmát igen szélesre tárták, ugyanis úgy fogalmaztak, hogy a „...a turizmus magába foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségleteik kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat”. Ezt a definíciót az elnök szinte minden alkalommal pontosította és azt szokta mondani, hogy a turizmus maga az élet a maga sokszínűségében és teljességében, azzal a megkötéssel, hogy szabadidőhöz és helyváltoztatáshoz kötődik. Az élet őt igazolta. Két nagyon lényeges elképzelését több alkalommal is kifejtette és próbálta megértetni a turizmus irányítóival. Nagyon szerette volna létrehozni azt az ernyőszervezetet, amely mindazokat a vidéki értékeket képviselő civil szervezeteket összefogja, akik közösen tudtak volna vidéki turisztikai csomagot kialakítani és olyan desztinációhoz köthető imázst teremteni, ami jelentősen ráirányítja a figyelmet egy-egy vidéki turisztikai vonzerőre. Célja megvalósítása érdekében több konferenciát is szervezett és alapos átgondolással tudta szemléletesen elmagyarázni az elméletének a lényegét. Ám sajnálatos, hogy ennek a megvalósulás sajnos regnálása alatt nem következett be.

A másik nagyon markáns elképzelése volt, hogy a falusi és agroturizmus a vidékfejlesztés egyik multiplikátora egyszerűen csak kovásza legyen. Mindezt arra építette, hogy a vidék még olyan értékekkel rendelkezik, amit csak a falusi turizmus tud közvetíteni a turista felé és lényegesnek tartotta az értékek megőrzését, bemutatását és az új nemzedék számára történő átadását. E gondolata vissza -visszatért akkor is, amikor a minőségbiztosítás, vagy csak a fenntarthatóság problémáit elemeztük és a fejlődés adta változtatásokhoz igyekeztünk új muníciót gyűjteni a vidéki életből<sup>1</sup>.

A nemzetközi kapcsolatok bővítésének eredményeként arra is törekedett a szövetség, hogy a magyar falusi vendégházak is megfeleljenek az európai normáknak. Segítséget kaptunk a német nemzeti szervezettől és Dr. Jenkei László szakjogász segédletével elkészítettük a magyar falusi vendégházak napraforgós minősítő rendszerét. Ezt az akkori kormányzat elfogadta és a 110/1997. Korm. rendeletben, mindenki számára kötelezővé tette. Ezzel párhuzamosan, országosan megszerveződött a megyei minősítők hálózata és egy tanfolyam elvégzése után 60 személy volt jogosult arra, hogy a vidék falusi házait a napraforgós minősítéssel minősítse. Mindez nem csak a turisták elégedettségét növelte, hiszen előre lehetett tudni, hogy milyen szolgáltatást kapnak egy-egy vendégfogadóban, hanem a panaszok száma is minimálisra csökkent. Ez a minőségbiztosítási törekvése úttörő volt a maga idejében, mert bár több szakmai szervezet igyekezett a jó példát átvenni és követni, kevés sikerrel működtették a minősítésüket országos hatáskörrel.

A FATOSZ nem csak a hazai falusi vendégfogadókat igyekezett egy nagycsaládba tömöríteni, hanem a szakmai ismeretek birtokában a jó gyakorlatot a határon túli magyarok területén is terjesztette. A 2000-es évek közepétől Erdélyben, Kárpátalján, Felvidéken és Horvátországban tartottak az elnökség tagjai előadásokat és falusi vendéglátó tanfolyamokat. Ezeket a rendezvényeken az elnök úr rendszeres résztvevő és előadó volt<sup>2</sup>.

### **Dr. Csizmadia László az EUROGITÉS alelnöke**

Dr. Csizmadia László rendszeresen részt vett és aktív tevékenységet végzett az Eurogites-ben is, aminek az eredményeként a kétezres évek elején alelnöknek választották. A nemzetközi szervezetben kifejtett szakmai tevékenysége és a hazai szövetség eredményes turisztikai munkájának elismeréseként, 2007-ben a FATOSZ szervezésében került sor Egerben az EUROGITÉS III. Európai Konferenciájára (CSIZMADIA 2008a). Ezen a konferencián a

---

<sup>1</sup> [http://www.falutour.hu/cikkek/falusi\\_dr\\_molnar\\_csilla\\_2017.pdf](http://www.falutour.hu/cikkek/falusi_dr_molnar_csilla_2017.pdf)

<sup>2</sup> <http://users.atw.hu/koles/koles/eload/csizmadia/eletrajz.html>

résztevő 26 ország delegáltjai egységes deklarációt fogadtak el. Ebben egyértelműen megfogalmazták, hogy a rural turizmus multiplikáló szerepet tölt be a vidéki gazdaság fejlődésében. Ráirányították a figyelmét az érintett országok kormányzatainak, hogy az EMVA tengelyei között az Európa Unió támogatásokban a III-as tengelyre eső részarányt a területfejlesztés hatékonysága és a vidéki turizmus fejleszthetősége érdekében jelentősen növeljék<sup>3</sup>. Itt volt a legtöbb lehetőség a falusi turizmus fejlődését érintő, elősegítő pályázatok kiírására. A szövetség ezt már egy évvel korábban kérte a magyar kormányzattól, hogy a támogatási arányt 13%-ról minimum 25 % emelje meg. Sajnos a kérés nem került meghallgatásra.

Hasonlóan fontos lett volna egy ugyancsak az EUROGITÉS Rigában tartott küldött értekezletén megfogalmazott állásfoglalás, amelynek a kidolgozásában az elnökünk oroszlanrészt vállalt. A közös agrárpolitika érvényesülése esetén a vidéken élő civil összefogásban kereste a megoldást arra, hogy ne csak az agrárium fejlesztését segítsék a pályázatok, hanem egy komplex területfejlesztési elv és alap mentén valamennyi vidéki civil társadalmi szervezet pályázhasson támogatásért (CSIZMADIA kézirat). Éppen e célok elérését segítették volna a korábban már említett ernyőszerkezeti elképzelései. Meggyőződése volt, hogy fel kell gyorsítani a magyar vidék rekonstrukcióját, s ezért tartotta aktuálisnak a falusi és agroturizmus támogatásának új alapokra helyezését is (CSIZMADIA 2008b).

### **Jövőképe a vidéki turizmusról**

A kezdetektől azon dolgozott és azok a gondolatok voltak a fejében, hogy a vidéki turizmus megteremtésének és működtetésének a feltételeit az összes szereplő együttműködéseként lehet csak elképzelni. Ide sorolta az önkormányzatokat, a falusi szállást és ellátást kínálókát, a borászokat, a lovastanyák működtetőit, a helyi gazdálkodókat és vállalkozókat. De gondolt a vidéki vendéglősökre, kocsmárosokra, kézművesekre, népművészekre és népművelőkre is. A tájházakat, horgászati és vadászati lehetőségeket, világi és egyházi műemlékeket, valamint a helyi civilszerveződéseket is beleképzelte ebbe az együttműködésbe (CSIZMADIA 1993).

Mindezen szereplők együttes akarata mellett fontosnak ítélte meg a települések arculatát, a virágos falvakat, ahol nem csak a turista érzi jól magát, hanem az ott lakók is. Magukénak érzik a településüket és boldogok. Törekvése volt, hogy a többször változtatott jogszabályi háttér egyértelmű pontosítása után, a falusi turizmus valóban a vidék multiplikátora legyen. Fontosnak ítélte meg a pályázati lehetőségeknek a folyamatos biztosítását, hogy a fenntarthatóság elmélete a gyakorlatban is megvalósuljon és biztosítva legyen a nemzetközi trendekhez igazodó minőségi fejlesztés is (KOVÁCS 2003).

A jövőképének, mint elnök többször hangot adott, hiszen a turizmus szakmai irányítását végző és éppen regnáló turisztikáért felelős államtitkárokhoz gyakran küldte el a fejlesztési javaslatait. Akkor, amikor a falusi turizmust az egyéb szálláshely kategóriába sorolták azonnal megfogalmazta aggályait és ragaszkodott a pontos definíciókhoz. Azt elfogadhatónak tartotta volna, hogy egyéb szálláshely alá sorolták be, de megkülönböztetésül fontosnak ítélte meg, hogy konkrétan legyen megfogalmazva... *”olyan egyéb szálláshely, amelyet úgy alakítottak ki, hogy abban a falusi életkörülmények, a helyi vidéki szokások és kultúra, valamint a mezőgazdasági hagyományok komplex módon, adott esetben kapcsolódó szolgáltatásokkal együtt bemutatásra kerüljenek”*<sup>4</sup> mindenképpen benne kell, hogy maradjon.

Kezdetektől küzdött azért, hogy a falusi vendéglátás komplex módon történjen (CSIZMADIA 1993). Nagyon fontosnak ítélte, hogy a falusi és agroturizmusban a szálláshely szolgáltatáson belül, egyértelműen adjuk meg a lehetőségét annak, hogy a szállásadó a szállóvendégeinek

<sup>3</sup> [https://falusiturizmus.eu/media/2021/06/2008\\_\\_1.pdf](https://falusiturizmus.eu/media/2021/06/2008__1.pdf)

<sup>4</sup> A FATOSZ elnökének javaslata a 239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet módosításához (kézirat)

reggelit és igény szerint más étkezést is nyújthasson (CSIZMADIA –SZALÓK 2017). Ezt így tartotta életszerűnek és sajnos ez a mai napig nem valósult meg csak áttételes módon.

Ugyanilyen fontos volt számára a helyi termék előállítás és a helyi hagyományok, népszokások megőrzését biztosító jogszabályi háttér megteremtése és tartalommal való megtöltése. Több beszélgetésben és előadásában kifejtette, hogy a falusi turizmus az nem a szállásadás, hanem egy komplex szolgáltatás, amit a helyi értékek a desztináció hagyományainak továbbadása tud csak biztosítani. Abban látta a fenntarthatóságot, ha a folyamatos megújulás során átmenthetőek azok az értékek, amelyek a turista motiváltságát fenntartják a falusi turizmus iránt. Ehhez még hozzátette az agroturizmus által kínált lehetőségeket „... amely elsősorban a mezőgazdaságba tartozó növénytermesztés, állattenyésztés, élelmiszer feldolgozás, erdőgazdaság, vadgazdálkodás, halgazdálkodás körébe tartozó turisztikai javak igénybevételére, ill. azok hasznosítására épül” CSIZMADIA (kézirat).

### **Összegzés**

Dr. Csizmadia László életének csak egy kis szakasza kapcsolható a FATOSZ-hoz, ugyanakkor nyugodt szívvel állíthatom, hogy ezalatt az idő alatt nagyon összeforrott a falusi turizmus ügyével. Ember volt a szónak abban az értelmében, hogy haláláig a jobbító szándék vezérelte, az a gondolat, hogy azt a felhalmozott tudást és gyakorlati tapasztalatot, amit munkássága során összegyűjtött hogyan tudja a közjó szolgálatába állítani. Utolsó közös munkánk néhány héttel a halála előtt, még a kárpátjai Zöld Falusi Turizmus javítása érdekében meghirdetett és közösen szervezett rendezvényen, Baktalórántházán a terület népi hagyományainak megőrzését és továbbadását igyekezett tudatosítani a konferencia résztvevőivel.

Hivatalosan már csak a FATOSZ örökös tiszteletbeli elnöke volt, de szívvel lélekkel úgy dolgozott, mintha ez lenne a munkájának a fő műve. Elnöki évei alatt a falusi turizmus folyamatos mennyiségi, minőségi fejlesztése és szakmai irányítása mellett, a legnagyobb érdemének az tekinthető, hogy az ország falusi vendéglátóit egy nagycsaláddá formálta. Nem volt hivatalnok, de jogászként mindig a jogtisztelő ember is maradt.

### **Dr. Csizmadia László törekvései és eredményei a vidéki turizmus fejlesztésében**

Nagy öröm lehetett egy szakember számára, ha az általa fontosnak gondolt, támogatott téma mellé, képes volt megszervezni a közreműködők közösségét. Majd ezt a közösséget választott vezetőként segíteni az eredményes működésben, kikerülve, megoldva a mindennapi működés számos akadályát, nehézségét. Ilyen öröm és elégedettség lehetett Csizmadia Lászlóban, az FATOSZ örökös tiszteletbeli elnökében, aki még a Kereskedelmi Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskola főigazgatójaként, a 90-es évek elején keresett támogatókat a falusi turizmus fejlesztéséhez, a vidék turisztikai felemeléséhez. Elragadó személyiségével és szakmai felkészültségével kiváló munkatársakat talált tervéhez, például Kenéz Győzőnét, Enikőt, akivel együtt készítették el a falusi turizmus első hazai szak- és tankönyvét még 1992-ben (CSIZMADIA et al. 1992).

Dr. Csizmadia László ott bábáskodott a Falusi Turizmus Országos Szövetségének 1994-es alapításánál, majd alelnökként és 2002-óta elnökként vezette csapatát a vidéki turizmus szervezésének és működtetésének igencsak rögzös útján. 2015-ben a FATOSZ közgyűlése „örökös tiszteletbeli elnökké” választotta. Ez volt a búcsú az országos szövetség vezetésétől.

Neve már régóta összeforrott a falusi turizmussal. Szakmai tevékenységével, aktivitásával elismertette itthon és külföldön egyaránt azt, amit magyar falusi vendégfogadásként emlegetnek. Elkötelezettsége a vidék fejlesztése és azon belül a vidék turizmusának erősítése iránt az altruista attitűd példáját jelentheti mindenki számára. Kiváló szakember volt, aki a hazai turizmus és ezen belül a falusi vendégfogadás nehéz időszakaiban is látta a reményt. Innovatív elme volt, aki új ötletekkel és megoldásokkal mozdította előre a minőségi falusi vendégfogadás

hazai megerősödését. Kedves ember volt, aki személyes példájával, jó magyar emberként örömet tud plántálni másokba is. Nagy gasztronómusként, a magyar borkultúra elhivatott képviselőjeként, a magyar dalkultúra kiváló hangú megjelenítőjeként, olyan kapukat nyitott meg a falusi turizmus számára, amelyek nagyban segítették szakterületünk elismertetését és fejlesztését. Dr. Csizmadia László az Európai Falusi Turizmus Szövetség (EUROGITES) alelnökéeként is sokat tett a hazai falusi turizmus nemzetközi kapcsolatrendszerének kialakításáért.

Dr. Csizmadia László hosszú, tartalmas és szerteágazó szakmai munkásságából a jelen publikáció keretei között csak morzsákat tudunk felvillantani. Ám e gazdag életpálya publikációiból három olyan vonulat tűnik ki, amely törekvéseinek központjában volt. Kiemelten foglalkoztatta a vidék turizmusának összefogása, érdekképviseletének erősítése. Ezek az integrációs törekvések a vidéki turizmus valamennyi szereplőjét kapcsolatépítésre és összefogásra ösztönözték. A másik fő szál, a falusi turizmuson belüli termékkínálat bővítése és nyugati mintákat követve a célcsoportok igényeihez való kapcsolása volt. Ezt a falusi turizmus termékspecializációinak megteremtésével szerette volna elérni. A harmadik vonulat, az örök szerelem, a borturizmus és a borgasztronómia erősítése volt.

### **Integráció a vidéki turizmusban**

Az ezredforduló utáni első évtizedben a FATOSZ, elnökének vezetésével felismerte, hogy a falusi turizmus programkínálatának bővítéséhez fontos az együttműködés azokkal a civil szervezetekkel, amelyek a vidék érdekeiért, fejlődéséért ténykednek. A TÁMOP (Társadalmi Megújulás Operatív Program) elnyert támogatásával 2009-től Dr. Csizmadia László konzorciumot alapított Idegenforgalmi és Kulturális Vidéki-falusi Érdekképviseleti Ernyőhálózat (IKUVÉH) néven 15 szakmai és civil szervezet közreműködésével (1. ábra). Az együttműködésben elsőként a Biokultúra Egyesülettel, a Lovasturisztikai Szövetséggel, a Borutak Szövetségével és a Népművészetek Szövetségével közösen indítottak megmozdulásokat. De szoros az együttműködés alakult ki a Tourinform-irodákkal is, melyek segíttek eljuttatni a célközönség számára a partnerek kínálatát pl. a szálláshely-katalógusok, eseménynaptárak formájában.

#### 1. ábra: Az IKUVÉH projekt partnerei

##### **A résztvevő szervezetek listája**

- Magyarországi Ifjúsági Szállások Szövetsége
- Magyar Lovas Turisztikai Szövetség
- Kis-, Közép-, és Agrárvállalkozók Országos Szolgáltató Egyesülete
- Magyar Kerékpáros Érdekvédelmi, Szabadidősport és Turisztikai Szolgáltató Klub
- Magyar Borutak Szövetsége
- Hegyközségek Nemzeti Tanácsa
- Muharay Elemér Népművészeti Szövetség
- Magyar Tájházak Szövetsége
- Magyar Kempingek Szakmai Szövetsége
- Folklórfesztiválok Magyarországi Szövetsége
- Sárközy Péter Alapítvány a Biokultúráért
- Magyar Biokultúra Szövetség
- Tourinform Szövetség
- Értelmi Sérültek Szolgáltató Társadalmi Szervezetek és Alapítványok
- Kis Duna-melletti Civil Szervezetek Szövetsége

*Forrás: CSIZMADIA 2012*

2010. július 8-án ünnepélyes keretek közt összegezték az Idegenforgalmi és Kulturális Vidéki-falusi Érdekképviseleti Ernyőhálózat (IKUVÉH) konzorcium pályázatában meghatározott időre szóló együttműködés első eredményeit. Az összefogásban résztvevő civil szervezetek egy szándéknyilatkozatban rögzítették további együttműködési szándékukat. Eszerint az Idegenforgalmi és Kulturális, Vidéki-falusi Érdekképviseleti Ernyőhálózat konzorcium tagjai a

18 hónapos sikeres pályázati együttműködés tapasztalataira és eredményeire tekintettel vállalják, hogy a jövőben is, egymást segítve, együtt kívánják működtetni a konzorciumot, amelyben a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetség továbbra is vállalta a koordináló feladatok ellátását<sup>5</sup>.

A konzorciumi együttműködést Dr. Csizmadia László vezette, aki az együttműködés cselekvési kereteként az alábbiakat határozta meg: „...globalizálódó világunkban a magyar vidék, falvaink jövője attól függ, hogy az ott élő emberek, érdekcsoportok, mikro- és kisvállalkozások, önkormányzatok és intézményeik mennyire képesek felismerni érdekeiket, összefogni a vidék fejlesztése, a meglévő szolgáltatásaik bővítése, minőségének emelése érdekében, kínálatukat komplexen a piacon megjeleníteni”<sup>6</sup>. A tervekben kiemelt súlyt kapott a falusi turizmus programkínálatának növelése érdekében az együttműködést azokkal a civil szervezetekkel, amelyek a vidéki élet valamely szegmensének érdekeiért, szakmai fejlődéséért dolgoznak. E közös munka képezte az uniós támogatásra történő pályázást, illetve lehetőséget kínált arra, hogy a falu idegenforgalmát elősegíteni képes szervezetekkel szorosabb és tartósabb együttműködés alakulhasson ki. Az együttműködés példa és eredmény is volt a sokféle érdekelt közös cselekvési irányának meghatározásában. A projekt támogatási időszakának lezárulta után a fő partnerek kapcsolatai megmaradtak. Ám az is nyilvánvalóvá vált, hogy a hazai vidéki turizmus szervezetek gyenge lábakon állnak, közülük több, pl. a Magyar Borutak Országos Szövetsége időközben meg is szűnt.

### **Termékspecializációk a falusi turizmusban**

A falusi szálláshelyek fentebb említett minőségi fejlesztése révén, ami a Dr. Csizmadia László által is kiemelten támogatott napraforgós minősítési rendszer 1997-es elindításában öltött testet, a termékkínálat erősítése, a külföldi példákat, alapvetően osztrák mintákat hasznosító (EMBACHER 2004) termékspecializációk kidolgozása kapott helyet szakmai munkásságában a 2000-es évek első évtizedének végére. A falusi turizmus speciális termékei közös publikációinkban és konferencia előadásokban jelentek meg (CSIZMADIA 2008b, SZABÓ – CSIZMADIA 2009, CSIZMADIA 2012). Az attrakciókra épülő speciális termékek számos vidéki turizmus terméktípushoz kapcsolódtak (2. ábra), megteremtve a vidéki turizmus integrációjának szakmai és termék alapjait.

---

<sup>5</sup> <http://www.hermanottointezet.hu/node/427324>

<sup>6</sup> [http://www.borutazo.hu/hirek/ernyohalozattal\\_pezsditik\\_fel\\_a\\_borturizmust\\_2009\\_04\\_20-h858.html](http://www.borutazo.hu/hirek/ernyohalozattal_pezsditik_fel_a_borturizmust_2009_04_20-h858.html)

2. ábra: A falusi turizmus speciális termékei

Attrakciók	A falusi turizmus speciális termékei	Kapcsolódó vidéki turizmus terméktípusai
I. A vidék természeti értékei	<b>Aktív üdülés falun</b> (kerékpározás, horgászat, vadászat, természetjárás, túrázás) <b>Üdülés lovasudvarban</b> <b>Környezetbarát vendéglátó porta (ökoporta)</b> (helyi termékek, természeti értékek)	Természetjárás Kerékpáros turizmus Horgászat, vadászat Lovas turizmus Agroturizmus Ökoturizmus
II. A vidék tárgyi és szellemi öröksége	<b>Hagyományok vendégfogadó portája</b> <b>Csoportok vendégháza a falusi portán</b> Falusi életmód ifjúsági porta (célcsoport bekapcsolódása a mezőgazdasági munkába) Gyermekbarát vendéglátó porta	Kulturális turizmus Ifjúsági turizmus Agroturizmus
III. Az agrárium értékei és termékei	<b>Egészségporta</b> (gyógynövények, biotermékek, reform életmód, egészséges helyi élelmiszerek) <b>A „falusi vendégasztal”</b> (gasztronómiai élmények, helyi termékek) <b>Üdülés borosgazdánál</b> (falusi turizmus a borutak kínálatában)	Egészségturizmus  Agroturizmus  Agroturizmus, borturizmus és tematikus, helyi termékutak
IV. Speciális ajánlatok	<b>Fogyatékkal élők üdültetése falusi portán</b> (kombinálható a hagyományok-, az egészség-, a falusi vendégasztal porta, a lovasudvar, a borosgazda ajánlataival)	Egészségturizmus Agroturizmus Lovasturizmus Kulturális turizmus Ökoturizmus

(Csizmadia – Szabó)

*Forrás: CSIZMADIA 2012*

Dr. Csizmadia László nagy figyelmet szentelt a tervezett termékspecializációk elterjesztésének, külön öröm volt számára, amikor a „Környezetbarát vendéglátó porta, az Ökoporta” hálózat kidolgozásra került és működni kezdett a Dél-Dunántúlon (SZABÓ – SPIEGLER 2008).

### **Borturizmus és borgasztronómia**

Dr. Csizmadia László szakmai életútjának korai szakaszában, Egerben szerzett erős benyomásokat a magyar borkultúráról és a hozzá kapcsolódó borturizmusról. A Magyar Bor Akadémia alapító tagjaként ezt a borbarát attitűdöt jelenítette meg oktatói és kutatói pályáján egyaránt. Az Egri borokról írt könyve több kiadást is megért (CSIZMADIA – SZELÉNYI 1997, 2000) jelezve annak szakmai értékeit.

Dr. Csizmadia László a gyakorlat embere volt. Valamennyi általa szervezett konferencián jelentős szerepet játszott a gasztronómia és a hozzá rendelt borkultúra. Talán a legemlékezetesebb ilyen szakmai rendezvény a fentebb már emlegetett EUROGITÉS szervezet 2007-es európai kongresszusa volt 2007-ben Egerben. A közel 200 résztvevő Európa falusi turizmus által érintett országaiból megismerhette Dr. Csizmadia László szakmai vezetésével a magyar borkultúrát és gasztronómiát egri nézőpontból. A kongresszus a FATOSZ eddigi legrangosabb rendezvénye volt, amire büszkén emlékeznek a szervezők és a közreműködők.

Gyakorlat orientált megközelítései a borturizmussal és a borgasztronómiával kapcsolatos publikációiban is jelentős helyet kaptak. Büszkeséggel tölt el, hogy a sokat hivatkozott „Borturizmus - Marketing” szakkönyvünkben szerzőtársa lehettem (CSIZMADIA – ERDŐSI – SZABÓ 2012). A szakkönyvben olyan fejezetek szerzője volt, mint az „Enogasztronómiai és a falusi turizmus”, vagy „A bor fogyasztása – az ízek élvezése”.

A gasztronómia szakma kiemelt elismerése volt a 2020. évi Gundel Károly-díj, amit Dr. Csizmadia Lászlónak a BGE KVIK nyugalmazott főigazgatójának ítéltek oda. Szomorúan állapíthatjuk meg, hogy ez már csak életének utolsó napjaira hozhatott örömet neki.

## Összegzés

Áttekintve a szerető kollégák által összefoglalt szakmai tevékenységeket kimondható, hogy Dr. Csizmadia László hosszú, tartalmas és szerteágazó szakmai munkásságából a jelen publikáció keretei között csak morzsákat tudunk felvillantani. Ám ezek a részletek annak a nagy egésznek a meghatározó elemei voltak, amelyek tisztelt pályatársunk törekvéseit jellemezték.

Dr. Csizmadia László 50 éven át oktatott, nevelt, tanszékvezetőként, intézetvezetőként, főigazgatóként mindent megtett a magyar felsőoktatás fejlesztéséért. Szakmai és emberi erényei méltón állhatnak előttünk példaként. Jelentős változásokat indított el a magyar és turizmus-vendéglátás felsőoktatásában, társadalmi szerepvállalása révén a hazai turizmus-vendéglátás piac fejlődéséhez, a rendszerváltás utáni átalakulásához jelentősen hozzájárult.

Dr. Csizmadia László ott bábáskodott a Falusi Turizmus Országos Szövetségének 1994-es alapításánál, majd alelnökként és 2002-óta elnökként vezette csapatát a vidéki turizmus szervezésének és működtetésének igencsak rögzös útján. 2015-ben a FATOSZ közgyűlése „örökös tiszteletbeli elnökké” választotta. Elnöki éve alatt a falusi turizmus folyamatos mennyiségi, minőségi fejlesztése és szakmai irányítása mellett, a legnagyobb érdemének az tekinthető, hogy az ország falusi vendéglátóit egy nagycsaláddá formálta.

Neves és számos hazai, valamint nemzetközi turisztikai szervezet megbecsült tagja, vezetője volt, munkásságát elismerések garmadája kísérte, ám biztosan állíthatjuk, hogy számára még ennél is fontosabb volt a határon túli magyar szervezetekkel, a magyar kultúrát és turizmust támogató közösségekkel való együttműködés erősítése.

## Irodalomjegyzék

- A FATOSZ elnökének javaslata a 239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet módosításához (kézirat)
- CSIZMADIA, L. – SZALÓK, CS. (2017): A hagyományos magyar ételek sajátosságai és a vidék konyhája. In: TARDY, J. – DÉVAI, GY. (szerk.) (2017): *A biodiverzitásról másképp 2. Puli, csata és fuszujka - sokféleség a génektől a pörköltig*. Budapest, Magyarország: Magyar Természettudományi Társulat pp. 32-33, 2 p.
- CSIZMADIA, L. – ERDŐSI, M. – SZABÓ, G. (2012): *Borturizmus-marketing: Gyakorlati ismeretek*. Kecskemét, Magyarország: Magyar Borutak Kft. 166 p.
- CSIZMADIA, L. (2012): Falusi és agroturizmus komplexitása. In: HANUSZ, Á. (szerk.): *A turizmus területi dimenziói*. Nyíregyháza 2012. Kiadó: Nyíregyházi Főiskola pp. 39-53.
- CSIZMADIA, L. (1993): Falusi turizmus-környezetbarát turizmus oktatási összefüggései In: KOVÁCS, D. (szerk.) *A falusi turizmus hagyományai* pp. 69–73. Mezőgazda Kiadó,
- CSIZMADIA, L. (2016): Népi hagyományok - helyi kultúra - helyi termék: Falusi és agroturizmus In: KÓKAI, S (szerk.) *A változó világ XXI. századi kihívásai: tanulmánykötet Prof. Dr. Hanusz Árpád egyetemi tanár 70. születésnapja tiszteletére*. Nyíregyháza, Magyarország: Nyíregyházi Egyetem Turizmus és Földrajztudományi Intézet 602 p. pp. 113-128, 16 p.
- CSIZMADIA, L. (2008a): A 2007-es EuroGites Kongresszus összefoglalása és a FATOSZ feladatai, terveit. *Falusi Turizmus Tájékoztató* 16(1): pp. 3-4.
- CSIZMADIA, L. (2008b): A magyar falusi- és agroturizmus fejlesztési törekvései. *Falusi Turizmus Tájékoztató* 16(1): pp. 9-12.
- CSIZMADIA, L. (2018): *A falusi és agroturizmus a vidékfejlesztés egyik multiplikátora* (kézirat)

- CSIZMADIA, L. (2008): A turizmus oktatásának 40 éve a KVIFK-n pp. 17-26. In: SZALÓK, CS. (szerk.): *Új kihívások a turizmusban és a szállodaiiparban*, Budapest, Magyarország: Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar.
- CSIZMADIA, L. – SZELENYI, K. (2000): *Egri borok könyve*. Kossuth könyvkiadó, Bp.
- CSIZMADIA, L. – SZELENYI, K. (1997): *Egri borok könyve*. Kossuth könyvkiadó, Bp.
- CSIZMADIA, L. – KENÉZ, GYŐZÖNÉ – REISCHL, G. – ANTAL, K. – HORVÁTH, Á. (1992): *Fizetővendéglátás és falusi turizmus I-II.* (Alapismeretek szállásadók és vendégfogadók részére) KIT Kft. Bp.
- DEÁK, I. (2012): A Szakmai Tanácsadó Testület elnökének előszava és köszöntője. In: *Múlt a Jövőben-Tradíció és Megújulás a Turizmusban és Vendéglátásban PAST IN THE FUTURE-TRADITION AND TRANSFORMATIONH IN TOURISM AND HOSPITALITY Tudományos Kötet Dr. Csizmadia László 75.születésnapja alkalmából*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
- EMBACHER, H. (2004): „Termékfejlesztés a falusi turizmusban” előadás. Central European Initiative (CEI) Ottenstein, Ausztria, 2004. szeptember 16-17.
- HORN, M. (2009:) *Az első 40 év krónikája*. Jubileumi Kötet, A BGF Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar 40 éves jubileumi kiadványa. BGF-KVIK
- KENÉZ GYŐZÖNÉ (1996): Falusi turizmusfejlesztés a 30-as években *A Falu* 4: pp. 69–73.
- KOVÁCS, D. (2003): Falusi és vidéki turizmus értelmezések a nemzetközi irodalomban In: Kovács, D. (szerk.) *A falusi turizmus hagyományai* pp. 57–68., Mezőgazda Kiadó, Budapest
- KULCSÁR N. (2013): A magyar falusi turizmus újabb átalakulása. *A Falu* 28(3): pp. 5–18.
- SZABÓ, G. – CSIZMADIA, L. (2009): A falusi turizmus, az agroturizmus speciális termékei Magyarországon. *Falusi Turizmus Tájékoztató* 2009(4): pp. 3-4.
- SZABÓ, G. – SPIEGLER, P. (2008): A tájkímélő, szelíd turizmus megoldásai a Dél-Dunántúlon. In: CSORBA, P. – FAZEKAS, I. (szerk.): *Tájkutatás – Tájökológia*. Debrecen, Meridián Alapítvány pp. 479-486.
- SZALÓK, CS. (2008): A turizmus és vendéglátás felsőfokú oktatása kérdéskörének elemzése a tudásalapú társadalom igényeinek szempontjából pp. 239-247 In: SZALÓK, CS. (szerk.): *Új kihívások a turizmusban és a szállodaiiparban*. Budapest, Magyarország: Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar
- SZALÓK, CS. (2012): Egy hivatásos vezető példája, vezetésről szóló gondolatok egy professzionális főiskolai főigazgató példáján keresztül pp. 31-41. In: *Múlt a jövőben-Tradíció és Megújulás a Turizmusban és Vendéglátásban PAST IN THE FUTURE-TRADITION AND TRANSFORMATIONH IN TOURISM AND HOSPITALITY Tudományos Kötet Dr. Csizmadia László 75.születésnapja alkalmából*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar



## **Egyéb források**

239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről.

[http://www.falutour.hu/cikkek/falusi\\_dr\\_molnar\\_csilla\\_2017.pdf](http://www.falutour.hu/cikkek/falusi_dr_molnar_csilla_2017.pdf)

<http://users.atw.hu/koles/koles/eload/csizmadia/eletrajz.html>

[http://www.falutour.hu/cikkek/falusi\\_dr\\_kovacs\\_dezso\\_2015.pdf](http://www.falutour.hu/cikkek/falusi_dr_kovacs_dezso_2015.pdf)

<https://sokszinuvidek.24.hu/mozaik/2020/11/06/fatosz-csizmadia-laszlo-halala/>

[https://falusiturizmus.eu/media/2021/06/2008\\_\\_1.pdf](https://falusiturizmus.eu/media/2021/06/2008__1.pdf)

# AZ OROSZ-UKRÁN HÁBORÚ HATÁSA A TURIZMUS HELYZETÉRE KÁRPÁTALJÁN

*Tarpai József*

*II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola; tarpai.jozsef@kmf.org.ua*

## **Absztrakt**

Egy háború olyan szerkezetváltozásokat idéz elő a társadalomban, a gazdaságban, melyek hosszú távú hatásait megbecsülni is nehéz. Ukrajnában háború dúl több mint 70 napja. Kárpátaljától, Ukrajna legnyugatibb fekvésű megyéjétől, távol esnek a harcok, éppenezért több százezer belső-ukrajnainak nyújt menedéket. A migrációs folyamatok a turizmus ágazatát is befolyásolják, jelentős nyomást gyakorolva a régió infrastrukturális- és humán erőforrásaira.

*Kulcsszavak: orosz–ukrán háború, menekült, Kárpátalja, turizmus*

## **Abstract**

A war causes structural changes in society, in the economy, the long-term effects of which are difficult to estimate. In Ukraine, war has been raging for more than 70 days. Fighting is far from Transcarpathia, the westernmost county in Ukraine, which is why it is a refuge for hundreds of thousands of Inner Ukrainians. Migration processes are also affecting the tourism sector, putting significant pressure on the region's infrastructural and human resources.

*Keywords: Russian-Ukrainian war, refugees, Transcarpathia, tourism*

## Bevezetés

Kárpátalja Ukrajna legnyugatibb fekvésű megyéje, mely természeti erőforrásaival, történelmi-kulturális értékeivel sajátos színfoltot képez az ország turisztikai piacán. Földrajzi fekvésének egyik legfőbb sajátossága, hogy négy országgal is határos: északnyugaton Lengyelországgal, nyugaton Szlovákiával, délnyugaton Magyarországgal, délen pedig Romániával. A megye területén (a Kárpátok hágóin át) fontos és forgalmas közutak, vasutak, valamint cső- és villamosvezetékek haladnak keresztül, amelyek Ukrajnát a közép-európai országokkal kötik össze. Ugyanakkor a megye igen távol esik a fővárostól, valamint az ország gazdasági és ipari magterületeitől is (BERGHAUER et al. 2019).

A régió peremvidék jellege és természetföldrajzi adottságai miatt már a szovjet fennhatóság évtizedei alatt is kimaradt a komolyabb ipari beruházásokból, így országos viszonylatban még ma is a kedvező ökológiai jellemzőkkel bíró területekhez sorolják. Az 1991-ben függetlenné vált Ukrajnához tartozó közel 13 ezer km<sup>2</sup> nagyságú terület erősen rurális jellegű – településhálózatát napjainkban 11 város, 19 városi jellegű település és 578 falu alkotja (TIMONINA 2021). Népességének közel 20%-át a különböző nemzeti kisebbségek képviselői teszik ki, melyek közül a legnagyobb lélekszámmal rendelkező közösség a magyar (BARANYI 2009). Kárpátalját domb- és hegyvidéki régióként tartják számon, hiszen a megye területének mindössze 17%-a alföld. Ugyanakkor ez az alföldi sáv koncentrálja a kárpátaljai magyarság döntő részét.

Az Ukrajnán belül a Kárpátok hegység által meghatározott természeti és tájöldrajzi adottságokon alapuló Kárpáti Turisztikai Régióhoz tartozó Kárpátalja kedvelt belföldi turisztikai célpont. Idegenforgalma egyrészt a természeti adottságokra épül (gyógyvizek, természeti értékek az Ukrán-Kárpátokban), másrészt a magyar történelmi emlékhelyek (Vereckei-hágó, Huszt, munkácsi vár, ungvári vár), továbbá az etnikai sokszínűség, a népi építészet emlékei (fatemplomok), néphagyományok jelentik a turizmus vonzerőit (GYURICZA 2008).

Az 1991 óta független Ukrajna számos krízist ért meg fennállása óta, melyek közül a legnagyobb a jelenleg is dúló orosz–ukrán háború. A katonai szembenállást is magában foglaló konfliktus 2014 óta tart, melynek hátterében az elemzők szerint a posztszovjet térség feletti befolyásért folyó harc áll az USA és EU, valamint Oroszország között. Az Euromajdan, a Krím-félsziget elcsatolása és a kelet-ukrajnai konfliktus teljesen átfőrtékelték Ukrajna politikai és gazdasági életét (TARPAI 2016), beépítve a mindennapokba egy lehetséges háború narratíváját és a harcászati fejlesztések szükségességét. Ennek ellenére a nyílt katonai konfliktus kiterjedése óriási sokként érte Ukrajna lakosságát.

Habár Kárpátalja viszonylag távol fekszik a harci cselekmények gócpontjaitól, a háború következményei természetesen az ország „nyugati kapujaként” emlegetett régió életét is nagyban befolyásolják társadalmi és gazdasági szinten egyaránt.

### 1. Az orosz–ukrán háború és annak migrációs következményei

2022. február 24-én újabb szintre lépett a 2014 óta tartó kelet-ukrajnai konfliktus: Oroszország egy hivatalosan különleges műveletnek nevezett katonai akció keretében megtámadta Ukrajnát. Az addig az ország keleti szegletében fekvő Luhanszk és Donyeck megyék területén lokalizálódó katonai összetűzések a környező régiókra is kiterjedtek északi, nyugati és déli irányban egyaránt, az Azovi-tenger teljes partvidéke mentén, egészen a Krím-félsziget szárazföldi összeköttetését biztosító fekete-tengeri partvidék területeivel bezárólag (1. ábra).

1. ábra. Az ukrajnai harci cselekmények térképe, 2022.05.02.



Forrás: <https://kiev.vgorode.ua/>

Ezek a történések hatalmas migrációs hullámot indítottak el a harci események területeiről leginkább az ország nyugati, biztonságosabbnak ítélt régiói, illetve az Ukrajnával szomszédos országok felé.

Az ENSZ Menekültügyi Főbiztossága által közzétett adatok szerint a háború kezdete óta az ukrán lakosság 1/3-a kényszerült elhagyni otthonát. Közülük közel 6 millióan menekültek el Ukrajnából és mintegy 7,7 millióra tehető a belső menekültek száma az országban (UKRAINE SITUATION FLASH UPDATE 2022). Az országban kibontakozó humanitárius katasztrófa a második világháború óta eltelt időszak legnagyobb európai menekültválságát eredményezte.

Az egyszerre négy országgal határos Kárpátalja a menekültáradat kapcsán jelentősen felértékelődött szerepben találta magát. Az ENSZ adatai szerint csak Magyarországra és Szlovákiába összesen 940 ezer ukrán állampolgár menekült eddig, akik a kárpátaljai határátkelőkön keresztül hagyták el az országot.

Figyelembe véve azt, hogy a kárpátaljai magyarság jelentős része az ukrán–magyar határ menti 30 km-es sávban él (EGÁN EDE-TERV 2014), kijelenthető, hogy a magyar közösség hatványozottan érzékeli és elszenvedi a háború okozta migráció következményeit mind az átutazó forgalom kiszolgálása, mind pedig a tartós menekültellátás terén.

## 2. A turizmus új “szerepköre” Kárpátalján a belső-ukrajnai menekültáradat kapcsán

Az idegenforgalom bármely válfajának közös kontextusba helyezése a menekültüggyel elméleti és szakmai szinten egyaránt erősen megkérdőjelezhető. Elég csak a Hágai Nyilatkozat definíciójára gondolnunk, mely szerint a turizmus alatt a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat értjük (WORLD TOURISM ORGANIZATION 1989). Nyilvánvaló, hogy a háború miatt otthonát elhagyni kényszerült emberek helyváltoztatása nem a szabad döntés alapján, hanem egy erős külső kényszer hatására történik. A turizmus fő szereplője nem a menekülő, hanem a külvilágot békésen megismerni vágyó és az állandó környezetébe visszatérő ember.

Jelen tanulmánynak nem célja ennek a vitathatatlan álláspontnak a megkérdőjelezése, sokkal inkább annak megvilágítása, hogy milyen szinten befolyásolja és milyen kihívások elé állítja

az ukrainai háború és a belső migráció a kárpátaljai turizmus fogadókörnyezetét, infrastruktúráját, erőforrásait.

A Kárpátaljai Megyei Tanács közlései szerint a hivatalosan mintegy 1 241 265 fős lakosú ([WWW.UKRSTAT.GOV.UA/](http://WWW.UKRSTAT.GOV.UA/)) megye területén 396 ezer belső menekült tartózkodik, melyek közül eddig 144 ezer személyt vettek fel a hivatalos menekültügyi nyilvántartásba ([HTTPS://CARPATHIA.GOV.UA/](https://CARPATHIA.GOV.UA/)).

Nem lehet eléggé hangsúlyozni, hogy ezek az adatok folyamatosan változnak. Az egyes területeken zajló harci események intenzitásának növekvésétől vagy csökkenésétől függően hagyják el lakhelyüket vagy térnek oda vissza a menekültek, vándorolnak külföldre vagy telepednek le véglegesen az addig csak átmenetinek szánt fogadókörnyezetükben. Alapjaiban rengette meg a helyiek és menekültek biztonságérzetét például, amikor 2022. május 3-án rakétatámadás érte a Kárpátalja hegyvidéki területén fekvő Volócot ([HTTPS://HU.EURONEWS.COM](https://HU.EURONEWS.COM)) világossá téve azt, hogy a háború kiterjedése valós fenyegetés akár az addig biztonságosnak ítélt régió számára is.

A háború harmadik hónapjára kialakult tapasztalatok szerint a Belső-Ukrajnából Kárpátaljára érkező személyek hat csoportját különböztethetjük meg:

- 1) az országot elhagyni készülő, Kárpátalját kizárólag tranzitterületként használó személyek,
- 2) az országot elhagyni készülő, Kárpátalján csak átmenetileg megszálló személyek,
- 3) a magánszemélyek által térítésmentesen befogadott személyek,
- 4) a kárpátaljai önkormányzatok által fenntartott közintézményekben elhelyezett személyek,
- 5) a Kárpátalját biztonságos területként értékelő, a visszarendeződésig átmenetileg itt megszálló, anyagi tartalékokkal rendelkező személyek,
- 6) a régióba átmenekített, és itt tovább működő gazdasági vállalkozások munkatársai és családtagjaik.

A besorolásból is jól látszik, hogy tulajdonképpen két egymástól élesen elhatárolható csoport alakult ki: az átutazó, illetve a tartósan Kárpátalján maradó, annak társadalmi és gazdasági infrastruktúrájára jelentős hatást gyakorló menekültek.

Az önmaguk fenntartását biztosítani képtelen, teljesen kiszolgáltatott helyzetbe került személyek ellátását az önkormányzatok végzik az egyházak, a civil szervezetek, az önkéntesek segítségével. A hivatalos adatok szerint megye szerte 296 közintézményben mintegy 18 200 fő elszállásolását és étkeztetését biztosítják. Teszik ezt a térségbe érkező humanitárius segélyek felhasználásával, melyek nagy része például Magyarországról érkezik. Emellett a magánháztartások további 11 ezer menekültet fogadtak be ([WWW.UKRINFORM.UA/](http://WWW.UKRINFORM.UA/)). Utóbbi, a menekülteket költségtérítés mentesen befogadó magánszemélyek számára rezsitámogatást biztosít az állam, melynek összege 450 UAH ( $\approx 5400$  HUF) menekült személyenként havonta ([HTTPS://WWW.KMU.GOV.UA/](https://WWW.KMU.GOV.UA/)).

A menekültek megsegítésének része az az ENSZ által finanszírozott program is, melynek keretében havi 2200 UAH ( $\approx 27\,000$  HUF) támogatásban részesülnek a legrászorultabbak – állapotos nők, gyermeküket egyedül nevelő szülők, 2 vagy több gyermeket nevelő, illetve a fogyatékkal élőkrol gondoskodó családok, idős emberek. Kárpátalján már több mint 40 ezer fő részesül ebben a támogatásban ([HTTPS://MINRE.GOV.UA/](https://MINRE.GOV.UA/)).

A megye becsült turisztikai szálláshelykapacitása 260 ezer fő ([HTTPS://ZAKARPAT-RADA.GOV.UA/](https://ZAKARPAT-RADA.GOV.UA/)), míg a fenti számadatokból is az látszik, hogy Kárpátalján több százezerre



tehető azon személyek száma, akik önállóan fedezik lakhatásukat, elsősorban a különböző turisztikai szálláshelyek szolgáltatásait igénybe véve. Ez a fajta “kényszer üdülési” gyakorlat nem mindenben felel meg a turizmus kritériumainak, de idegenforgalmi hatásai szemmel láthatóak. Gyakorlatilag egész Kárpátalja területén megteltek a szanatóriumok, motelek, hotelek, falusi vendégházak a Belső-Ukrajnából menekült emberekkel, akik a háborús helyzet ellenére (és a lojális árak mellett) fizetőképes vendégforgalmat generáltak az ágazatban, legalábbis ami az első két hónapot illeti. Félő azonban, hogy a háború elhúzódik és a menekültek ezen csoportjának tartalékai is elfogynak. Ilyen helyzetben pedig a hogyan tovább kérdésre nehéz a moralitás és a gazdaságosság szempontjából egyaránt elfogadható választ találni.

Összetett kölcsönhatások érvényesülnek a kárpátaljai vendéglátóiparon belül is. Egyrészt szemmel láthatóan nőtt, főleg a városokban található kisebb vendéglátó egységek forgalma, köszönhetően a régió áthaladó, illetve ideiglenesen Kárpátalján tartózkodó nagyszámú belső-ukrajnai menekültnek. Másrészt gyakorlatilag teljesen elmaradtak a komolyabb bevételt jelentő nagyobb rendezvények (születésnapok, esküvők, keresztelők). A hadkötelezettség elkerülése és a háború miatti külföldre menekülés következtében pedig jelentős humánerőforrás problémákkal küzdenek a kárpátaljai vendégátóhelyek.

A háború kitörése után nagy fennakadások voltak tapasztalhatók az élelmiszerellátás terén a nagy- és kiskereskedelemben egyaránt. A sokkhatás után viszonylag gyorsan feléledt a piac, a boltok polcai újra megteltek. De folyamatosan nő az alapvető élelmiszerek (2,57-13,6%), jelentősen a hús-, és tejtermékek (5,9%-40,4%), valamint a zöldségek (29,2%-46,9%) ára ([HTTPS://INDEX.MINFIN.COM.UA/](https://index.minfin.com.ua/)). Komoly gondot jelent az üzemanyagok drágulása (0,425%-4,046%) ([HTTPS://INDEX.MINFIN.COM.UA/](https://index.minfin.com.ua/)), de még inkább a mára általánossá vált üzemanyaghiány.

Ilyen körülmények között óriási jelentősége van az ágazatot és a rászorulókat egyszerre támogató segélyprogramoknak. A március 16-án indult Hungary Helps programban Magyarország élelmiszer- és gyógyszeradománnyal látja el Kárpátalját. Kezdetét vette az Egytálétel Program, melynek keretében az ideiglenes menekültszállításokon tartózkodó menekülteket, illetve a nehéz helyzetben lévő kárpátaljaiakat látják el napi egyszeri meleg étellel. Március közepe óta 55 ezer adag ételt osztottak ki 24 helyszínen 7 étterem bevonásával és 72 fő foglalkoztatásával a program keretében ([HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/HUNGARYHELPSPROGRAM/](https://www.facebook.com/hungaryhelpsprogram/)). A bajbajutottak megsegítésén túl a segélyprogram fontos üzenete, hogy az ételosztásba elsősorban magyar tulajdonú, magyarlakta településeken működő éttermek kerültek bevonásra. Ezzel járulva hozzá a közreműködő vendéglátóegységek túléléséhez, a munkahelyek megőrzéséhez, ezáltal pedig a helyi magyar közösségek megmaradásához.

### **Következtetések**

Kárpátalja Ukrajna peremvidékén terül el, ugyanakkor fontos tranzitterület is egyben. Infrastrukturális hálózatain keresztül biztosítja az ország számára az Európai Unió több országával is az összeköttetést. Tranzitszerepét még inkább felerősítette a 2022. február 24-én kezdődött orosz–ukrán aktív háború kitörése nyomán meginduló menekülthullám, ami csak Magyarország és Szlovákia irányába a megye területén átvonuló közel 1 millió fős forgalmat generált ez ideig a háború 70 napja alatt.

Ugyancsak földrajzi fekvéséből adódóan Kárpátalját a biztonságosabb régiók közé sorolják Ukrajnán belül. Ennek következtében már közel 400 ezer otthonát elhagyni kényszerülő menekült határozott úgy, hogy a megyében próbálja meg kivárni, hogy visszatérhessen eredeti lakhelyére. Ennek eredményeként már most harmadával nőtt Kárpátalja lakossága. Ez komoly terhet ró a megyei infrastruktúrára, az ellátó rendszerekre és a helyi lakosságra egyaránt.

A menekültek és az őket térítésmentesen befogadó magánszemélyek helyzetén szociális támogatásokkal igyekeznek javítani az állam a nemzetközi segélyprogramok keretében. Csaknem 20 ezer kárpátaljai közintézményekben elhelyezett személy ellátásáról gondoskodnak folyamatosan az önkormányzatok, amiben nagy segítségükre vannak a többek között Magyarországról érkező humanitárius segélyek, illetve a civil szféra.

A megyébe irányuló migráció kiszolgálásának erősen bevont elemei a kárpátaljai turisztikai infrastruktúra, az idegenforgalmi szálláshelyek, a vendéglátóegységek. A háború kitörése óta szinte teljes kapacitással működő turisztikai szálláshelyeket az ideiglenesen menedékhelyül Kárpátalját választó, saját tartalékokkal rendelkező menekültek töltötték fel, ami a háborús helyzet ellenére eddig fizetőképes vendégforgalmat generált az ágazatban.

Jóval összetettebb helyzetben vannak a vendéglátó egységek, amelyek működésére negatívan hat az élelmiszer- és az üzemanyagárak növekedése, a hadiállapot miatt kieső komolyabb bevételt biztosító rendezvények elmaradása, illetve a kritikus humán erőforrás-hiány. Annál is inkább, mivel a menekültválság által előidézett vendégforgalomnövekedéssel leginkább csak a városok forgalmasabb részein elhelyezkedő kisebb vendéglátóegységek számolhatnak. A magyarországi támogatással indított Egytálétel Program kárpátaljai magyar vendéglátó egységeket bevonva segíti az ágazat szolgáltatóinak működését, illetve a menekültek és a rászoruló helyiek ellátását.

A jelen keretek között helyzetjelentés formájában felvázolt folyamatok és azok következményeinek értékelése megfelelő kiindulási alapul szolgálhat jövőbeni turisztikai és egyéb témájú kutatások elvégzéséhez, amennyiben kellő rálátással segíti majd az értékelést a szükséges időtávlat és a bővebb statisztikai adatok elérhetősége.

Annyi azonban biztos, hogy a turisztikai ágazat hagyományos működése szempontjából a 2022-es évre Kárpátalján nem jósolhatóak pozitív tendenciák. A Covid19 szűkös évei után továbbra sem remélhető a beutazó turizmus fellendülése, marad a menekülthullámokkal összefüggő belföldi „kényszerturizmus” a háború befejeződéséig, vagy a tartalékok teljes kiürüléséig a keresleti és kínálati oldalon egyaránt.

## **Irodalomjegyzék**

BARANYI, B. (szerk.) (2009): *Kárpátalja*. MTA RKK, Pécs-Budapest. pp. 164-165.

BERGHAUER, S. – SASS, E. (szerk.) (2019): *A kárpátaljai magyarság turizmusfejlesztési stratégiája*. Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, Beregszász. pp. 12-18.

GYURICZA, L. (2008): *A turizmus nemzetközi földrajza*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. pp. 110-111.

TARPAI, J. (2016): Ukrajna és az orosz érdekszférából való kitörésre tett próbálkozások. In: D. RAJNAI, Z. – FREGÁN, B. – MAROSNÉ KUNA, ZS. (szerk.): *Tanulmánykötet a 7. BBK előadásaiból*, 2. Óbudai Egyetem. pp. 416-425.

TIMONINA, M. (2021): Population of Ukraine. Statistical publication. *State Statistics Service of Ukraine* pp. 12-13.

World Tourism Organization: The Hague Declaration on Tourism, WTO, Madrid, 1989.

## Egyéb források

Az ukrajnai harci cselekmények térképe, 2022.05.02. -  
<https://kiev.vgorode.ua/ukr/news/sobytyia/a1204968-karta-bojovikh-dij-v-ukrajini-2-travnja>  
(Letöltés ideje: 2022.05.05.)

<https://carpathia.gov.ua/news/aktualni-potrebi-pereselenciv-tema-naradi-v-zakarpatskij-ova?fbclid=IwAR2SLOXu5DhffJ9yByetBCah7fnmJBD7zD71YBkKlSia-NoYjzqStctFI4g>  
(Letöltés ideje: 2022.05.05.)

<https://www.facebook.com/hungaryhelpsprogram/> (Letöltés ideje: 2022.05.05.)

<https://hu.euronews.com/2022/05/03/raketatamadas-erte-karpataljat> (Letöltés ideje: 2022.05.05.)

<https://index.minfin.com.ua/ua/markets/fuel/> (Letöltés ideje: 2022.05.08.)

<https://index.minfin.com.ua/ua/markets/wares/index/> (Letöltés ideje: 2022.05.08.)

<https://minre.gov.ua/news/zakarpattya-pershym-pochalo-nadavaty-dopomogu-bizhencyam-vidpovidno-do-programy-mom> (Letöltés ideje: 2022.05.08.)

<https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3444376-na-zakarpatti-oficijno-zareestruvali-110-tisac-pereselenciv.html> (Letöltés ideje: 2022.05.08.)

Egán Ede-terv (2014): A kárpátaljai magyarság gazdaságfejlesztési stratégiai terve -  
<https://eganede.com/egan-edo-terv.pdf> (Letöltés ideje: 2022.05.05.)

Ukraine situation flash update #11, 5 May 2022 -  
<file:///C:/Users/Dell/Downloads/Ukraine%20situation%20flash%20update%20No%2011%2005%2005%202022%20.pdf> (Letöltés ideje: 2022.05.05.)

[https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-poryadku-kompensaciyi-vitrat-za-timchasove-rozmishchennya-vnutrishno-peremishchenih-osib-yaki-peremistilisya-u-period-voyennogo-stanu-i-ne-333?fbclid=IwAR18eilmXv4qP6q9O-Ks0qZNP0S-5mITlzPMBqK-\\_U1UFnyigFGAc6SLjGQ](https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-poryadku-kompensaciyi-vitrat-za-timchasove-rozmishchennya-vnutrishno-peremishchenih-osib-yaki-peremistilisya-u-period-voyennogo-stanu-i-ne-333?fbclid=IwAR18eilmXv4qP6q9O-Ks0qZNP0S-5mITlzPMBqK-_U1UFnyigFGAc6SLjGQ) (Letöltés ideje: 2022.05.08.)

<https://zakarpat-rada.gov.ua/zakarpattya/infrastruktura/turyzm-i-rekreatsiya/> (Letöltés ideje: 2022.05.05.)

[www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (Letöltés ideje: 2022.05.05.)



# A KULTÚRTÁJAK, MINT A VIDÉKI TÁJI ÖRÖKSÉGI ÉRTÉKEK MEGŐRZÉSÉNEK LEHETSÉGES ESZKÖZEI – BAJORORSZÁG KULTÚRTÁJAINAK FELTÉRKÉPEZÉSE A PASSAUI APÁTSÁG KULTÚRTÁJ PÉLDÁJÁN. ESETTANULMÁNY

Pentz Mónika

PhD-hallgató, PTE TTK Földtudományok Doktori Iskola; pentz.monika@pentz.hu

## Bevezető

Az örökségi értékek napjainkban nagyobb figyelmet kapnak, mint korábban. Számos nemzetközi és helyi egyezmény, illetve jogszabály foglalkozik az örökségi értékek megmentésével és valorizációjával. Ezek közül is kiemelkedik az UNESCO világörökségi egyezménye (UNESCO 1972) és a szellemi kulturális örökség nemzetközi listája (UNESCO 2003). A kérdéskörnek a turizmus területén is egyre nagyobb a jelentősége. Az igényes turisták előtérbe helyezik az autentikus környezetet, és az intellektuális érdeklődésre épülő kulturális turizmus az egyik legdinamikusabban fejlődő turisztikai terméktípus (GONDA 2016). A kultúrtáj egyik alapvető jellemvonása a változás, amely a természeti tájban és a tereket kitöltő funkciókban is megmutatkozik. A utóbbi évtizedekben bekövetkezett változások hatására azonban nemcsak a kultúrtörténeti életterek sokszínűségének elvesztése figyelhető meg, hanem az egy-egy régióra jellemző arculatok összerosódása is, amelynek következménye a táj esztétikai értékeinek és identitásának elvesztése. A tanulmányomban vizsgált bajor példa arra tesz kísérletet, hogy feltérképezze és rögzítse a bajor kultúrtájak pillanatnyi állapotát és javaslatokat fogalmazzon meg a különböző ágazatok számára, mintegy útmutatóul a jövő nemzedéknek.

## 1. Szakirodalmi összefoglaló

A *kulturális turizmus* széles körben használt kifejezés, ugyanakkor nem rendelkezik általánosan elfogadott, egységes meghatározással, melynek oka leginkább a kultúra fogalmának nehezen meghatározható és folyamatosan változó jellege (STEINECKE 2007). „*Kijelenthetjük, hogy a kultúra egy életmód egésze, amelyben emberek sokasága osztozik. A hasonlóságok a beszédben, nyelvben, viselkedésben, életvitelben, szokásokban, ideológiában és technológiában csoporttá kapcsolnak össze egyéneket egy-egy kultúrában*” (TRÓCSÁNYI – TÓTH 2020).

Az UNWTO már 1985-ben elfogadott egy tágabb (fogalmi) és egy szűkebb (technikai) meghatározást az alábbiak szerint:

Tágabb fogalom: „Személyek valamennyi utazása, mivel a változatosság iránti emberi szükségleteket, az egyén kulturális szintjének növelését, új ismeretek, élmények és találkozások iránti vágyait elégítik ki.”

Szűkebb fogalom: „*Személyek kulturális motivációjú utazásai, mint pl. tanulmányutak, művészeti előadások, kulturális túrák, fesztiválok és más rendezvények felkeresése, műemlékek és emlékhelyek meglátogatása*” (UNWTO 1985).

A legismertebb és leggyakrabban idézett meghatározás az alábbi: „*A kulturális turizmus személyek olyan utazása, amikor lakóhelyüktől távol eső kulturális attrakciókat keresnek fel, azzal a céllal, hogy új információkat és élményeket szerezzenek kulturális igényeik kielégítése érdekében. A kulturális turizmus személyek olyan kulturális attrakciókhoz történő minden*

*utazása, mint pl. örökségi helyszínek, művészeti és kulturális események, állandó lakóhelyüktől távol*” (ATLAS 1996).

Ezek a csoportok alkotják aztán a kereslet oldaláról egyrészt a kulturális motivációval rendelkező turistákat, a kínálati oldal felől pedig a motivációt kiváltó vonzerővel felszerelkezett befogadó desztinációt (CSAPÓ & MATESZ, 2007).

Általános megközelítésben a kulturális turizmus olyan utazás, (1) melynek fő motivációja a különböző kultúrák, hagyományok megismerése, kulturális eseményeken való részvétel, kulturális látnivalók meglátogatása; (2) ahol a turista célja egy kulturális esemény megtekintése (GONDA 2016). Ez tehát magában foglalja az épített és szellemi kulturális örökséget, a kulturális attrakciókat, a kortárs művészeteket és alkotásaikat, a rendezvényeket, az egyházi helyszíneket és eseményeket egyaránt.

A téma fontosságát jelzi az is, hogy az UNWTO rendszeresen foglalkozik vele. Az UNWTO 2017. szeptember 11-16-ig, a kínai Chengduban megrendezésre került 22. Közgyűlésén az alábbi definíciót fogadták el: „A kulturális turizmus olyan turisztikai tevékenységek összessége, ahol a látogató fő motivációja a tanulás, felfedezés és élményszerzés egy desztináció fizikai és szellemi kulturális attrakcióinak/termékeinek „fogyasztása” közben. Ezek az attrakciók/termékek egy társadalom (közösség) olyan megkülönböztető anyagi, intellektuális, szellemi és érzelmi jellemzőit hordozzák, melyek közé tartoznak a művészetek és az építészet, történelmi és kulturális örökség, *gasztronómiai örökség*, irodalom, zene, kreatív iparágak, valamint az élő kultúra az életmóddal, értékrendszerrel, hiedelmekkel (vallással) és hagyományokkal.” A legfrissebb hazai kutatások is igazolják, hogy a turizmus keresletében az autentikusság iránti igény fokozódik, ezért a fogadó terület kultúrájának egyedi sajátosságai mind a vendéglátásban (NAGY et al. 2021a) mind pedig a turizmus általános kínálatában felértékelődnek (NAGY et al. 2021b).

*Az örökségturizmus* a 20. század végén – a 21. század elején a dinamikusan fejlődő turisztikai terméktípusok között foglal helyet világszerte, az állandóságot képviseli változó és egységesülő világunkban. Silberberg definíciója szerint „a kulturális és örökségturizmus a gazdaság fejlesztés egyik eszköze, azáltal, hogy olyan látogatókat vonz, akik érdeklődnek a helyi közösség történelmi, művészeti, tudományos vagy életmódhoz köthető öröksége iránt” (SILBERBERG 1995).

Ezért jelenik meg gyakran az elmaradott térségekben fejlesztési eszközként is (LEMPEK – TÉSITS 2021). Az örökséget azon desztinációk is jól tudják hasznosítani, melyek nem tudják a tömegturizmus hagyományos 4S vonzerőivel pozicionálni magukat. Az ilyen utazás egyben a kulturális környezet, azaz a táj, vizuális és előadó művészet, hagyományok és rendezvények megtapasztalását is jelenti. Az örökségattrakciók népszerűségével növekszik a társadalmi igény a „közös múlt”, a gyökerek felderítése iránt, másrészt az adott térség, régió egyediségének, sajátosságainak, örökségének kiemelésével előnyre képes szert tenni az erősen kompetitív európai turisztikai termékek piacán. További előnye, hogy a kultúrtájban meglévő, létező történelmi, kulturális vagy természeti erőforrásokat hasznosít – új attrakciók építése helyett a desztinációk a múlt hasznosításával néznek egy fenntartható jövő elé (HARGROVE 2002). Valójában az utóbbi évtizedekben jelentős túlkínálat alakult ki az örökségi attrakciók területén (köszönhetően például több kiemelt pályázati program támogatásának). Ebből következően az örökségturizmus erősen verseny- és piacororientált terméké vált, így a folyamatos fejlesztés és a termékdifferenciálás létszükséglet lett. HARGROVE a leggyorsabban fejlődő rés-piacnak nevezte (HARGROVE 2002). A kulturális örökségturizmus tehát a turizmus legdinamikusabban fejlődő ága, mely egyre inkább a specializáció felé halad. Ebben a specializációban egyaránt szerepet kaphatnak az okos vidékfejlesztés eszközei (SZALAI – FABULA 2021), illetve az alapvetően a belső erőforrásokra építő olyan térbeli

együtműködések, mint a tematikus utak. A specializáció egyik lehetséges iránya a vidéki örökségturizmus fejlesztése. A vidéki térség jelentősége a turizmus számára egyértelműen felértékelődött a Covid 2019 járvány következtében (CSÓKA et al. 2021, KOVÁCS et al. 2021).

Az örökségturisták nem csupán kalandot keresnek, hanem kultúrát, történelmet, régészetet, és nem utolsósorban kapcsolatot a helyi lakossággal. Fladmark szerint a kulturális örökségturizmus nem csupán az örökség azonosítását, menedzsmentjét és védelmét jelenti, hanem segít megérteni a turizmus helyi közösségekre és régiókra gyakorolt hatásait, növelni a gazdasági és társadalmi hasznokat, előteremteni a védelemhez, marketinghez és promócióhoz szükséges pénzügyi erőforrásokat (FLADMARK 1994).

Magyarország legismertebb világörökségi helyei közé sorolható többek között a Hortobágyi Nemzeti park, a Fertő-Hanság Nemzeti Park és a Tokaj-hegyalja történelmi borvidék, melyek a kultúrtáj kategóriában szerezték meg a megtisztelő világörökségi besorolást.

44 németországi helység szerepel a világörökségi listán: templomok és kolostorok, várak és kastélyok, prehisztorikus települések, modern építészeti remekművek, ipari műemlékek és biotópok. Az ipari műemlékek közül az Esseni Bányáüzem területét érdemes megemlíteni. A prehisztorikus kor emlékét őrzik a Sváb Alb hegység jégkorszaki barlangjai. A védett tájak közül a Rajna völgyében találunk egymásra a német romantika, Európa történelme és a természet szépségei. A folyó Bingen és Koblenz közötti szakaszát csodás várak és ipartörténeti műemlékek jellemzik. Biotópként a Watt-tenger, az Északi-tenger melléktengere, amely földünk legnagyobb összefüggő árapály síksága is felkerült a világörökség védett tájainak listájára.

A *kultúrtáj* is a több generáción átívelő emberi tevékenység terméke. Jelentőségét, és fontos kulturális értékordozó szerepét mi sem jelzi jobban, mint hogy a kultúrtájak az UNESCO világörökségi egyezményén belül 1992 óta 3 külön kategóriát képeznek: „az ember és természet közös alkotása”-ként.

1) A legkönnyebben felismerhető kategória, amely világosan beazonosítható határokkal rendelkezik, az ember által tudatosan kialakított táj. Ide tartoznak az esztétikusan formált kertek és történelmi parkok, amelyek gyakran (de nem minden esetben) valamilyen vallási, vagy történelmi környezetbe ágyazódtak.

2) A második kategóriába tartoznak a táj által kialakított kultúrtájak, amelyek organikusan fejlődtek egy eredeti társadalmi, gazdasági, közigazgatási és/vagy vallási környezetben. Ezek két kategóriába sorolhatók:

2a) A fosszilis (vagy ereklye) tájak esetében a táj fejlődése a történelem során egyszer csak abbamaradt, vagy lassan megszűnt, de jegyei konzerválódtak és fellelhetők.

2b) A folyamatosan fejlődő tájról akkor beszélhetünk, amikor a táj szorosan kapcsolódik a hagyományos életformákhoz és napjaink társadalmában is egy aktív szociális szerepet játszik, annak fejlődését serkenteni tudja. Ugyanakkor jelentős materiális nyomokat mutat fel idővonalán.

3) A harmadik kategóriába az asszociatív tájak tartoznak, melyek erős vallási, művészi, vagy kulturális jellemzőkkel bírnak. Ezek jelképes, szimbolikus tájak és gyakran történelmi, vagy valamely kultúrtörténeti eseményhez köthetők (HARITAGESTUDIES 2020).

## 2. Módszertan

Módszertani elemként a szakirodalmi másodelemzésen túl a bajor turizmusfejlesztéshez és a térség regionális fejlesztéséhez kapcsolódó dokumentumokat, stratégiai programokat (TOURISMUS 2030, 2019), valamint a Bajor Környezetvédelmi és Egészségügyi Minisztérium (Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit) illetve a Bajor Környezetvédelmi Hivatal (Bayerisches Landesamt für Umwelt) honlapját vizsgáltam és hasonlítottam össze. Ezt kiegészítettem a személyes kvalitatív megfigyelés módszertanával, mivel a helyszíni megfigyelés is a munkám fontos elemét képezte.

## 3. Kutatási eredmények

### 3.1. Korai előzmények

A történelem során többen és több műfajban, illetve tudományágban is foglalkoztak a táj pillanatnyi állapotának megfigyelésével és rögzítésével, melyek nemcsak természetföldrajzi szempontból tartalmaznak hasznos információkat az utókor számára. Sok esetben a tájhoz kapcsolódó funkciókról, használati tárgyokról, hagyományokról, viseletekről is sok mindent megtudhatunk. A teljesség igénye nélkül csak néhány példát említenék:

- Tájköltészet

A tájköltészet (tájleíró költészet, tájleírás) a leíró költészet egyik műfajcsoportja. Azok a művek tartoznak ide, amelyek nem kizárólag, de meghatározó mértékben az embert körülvevő élő és élettelen természeti környezetet jelenítik meg, beleértve az ember által alkotott épületeket, tárgyakat (ENCIKLOPÉDIA 2020).

- Tájképfestés

Az alkotók, beleértve az ókori barlangrajzokat is, eleinte inkább élőlények és használati tárgyakat örökítettek meg. A tájfestészet, mint önálló műfaj, a korai középkorban először Kínában jelent meg, arra utal kínai elnevezése is: hegy és víz (shanshui). Európában kezdeti megjelenése a reneszánsz korra datálható, majd a felvilágosodás korában virágzott fel igazán, míg át nem adta szerepét a fényképészetnek. Humboldt szerint a költészet, a művészi érzék és a természettudomány között „régis szövetség” áll fenn (PROBÁLD 2011).

- Korai törvényi szabályozás 1902-ből

1. ábra: Települések és a táj szépségeinek eltorzítása elleni porosz törvény, 1907. július 15. (u.a. tv. 1902-ben született, első megfogalmazásának módosítása)

### **28. Gesetz gegen die Verunstaltung von Ortschaften und landschaftlich hervorragenden Gegenden.**

Vom 15. Juli 1907 (GS. S. 260).

[Nachdem das bei § 8 erwähnte erste Verunstaltungsgesetz von 1902 die unter § 10 II 17 ALR. nicht fallende Bekämpfung der Verunstaltung der Polizei als Aufgabe grundsätzlich zugewiesen hatte, geschieht dasselbe in erheblich vergrößertem Umfang durch das vorliegende Gesetz, das jedoch als Form der Regelung die ortstatutarische vorsieht.]

[Aufgabe der Baupolizei]

#### **§ 1.**

Die baupolizeiliche Genehmigung zur Ausführung von Bauten und baulichen Änderungen ist zu versagen, wenn dadurch Straßen oder Plätze der Ortschaft oder das Ortsbild g r ö ß l i c h v e r u n s t a l t e t werden würden.

— 380 —

Forrás: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783111648880-033/html>

Az 1. ábrán látható törvény első paragrafusában olvasható, hogy az építési engedélyt hatóságilag meg kell tagadni, amennyiben a munkálatok kivitelezése egy település utcáit, vagy tereit, vagy akár az egész település arculatát jelentős mértékben eltorzítaná.

### **3.2. Projekt előkészítésének körülményei**

Kultúrtájak pillanatnyi állapotának rögzítésére több szövetségi államban folytattak kísérletet, mint például Thüringiában és ÉszakRajna-Vesztfáliában is, amely módszertana egyben például is szolgált a bajorországi projekt megvalósításához.

A Bajor Környezetvédelmi és Egészségügyi Minisztérium megbízásából a Bajor Környezetvédelmi Hivatal irányításával a Tájépítési Intézet és a Münchener Műszaki Egyetem Stratégia és Menedzsment kara egy közös projektben dolgozták fel és készítették elő Bajorország kultúrtájainak feltérképezését és a *tartomány teljes területét lefedve* a határvonalak megrajzolását, munkájukkal hozzájárulva a biodiverzitás megőrzéséhez. A munkafolyamatok 2009-2013-ig tartottak és 3 három fő szakaszra bonthatók. Mindhárom szakaszt egy-egy munkacsoport vezetett. A fenti intézmények képviselőin kívül, csak néhány példát említve számos külső szakembert, hivatalokat, mint pl. a Bajor Mezőgazdasági Hivatal, a Bajor Természetvédelmi és Területgondozási Akadémia, a Bajor Vidékfejlesztési Hivatal, a Bajor Műemlékvédelmi Hivatal, valamint Felsőbajorország Kormányhivatalát, az Augsburgeri Tudományegyetem földrajz tanszékét, a Bambergi Tudományegyetem történelmi földrajz tanszékét, tervezőirodákat és a Bajor Hagyományörző egyesületek tartományi vezetőségét is bevonták az együttműködésbe, annak érdekében, hogy minél átfogóbb és multidiszciplinárisabb tudásanyagot dolgozhassanak fel. Anélkül nem sikerült volna ilyen rövid idő alatt ekkora mennyiségű tudást és adatállományt elemezni. Regionális szinten több workshopot is szerveztek a helyi szakemberek bevonásával, amelyek keretein belül kidolgozásra kerültek a kultúrtájak egymástól való elhatárolásának módszerei. Ezzel egyben biztosítani is tudták, hogy széles körben, több szakágat átfogóan elfogadásra kerüljenek a megrajzolendő határvonalak.

### **3.3. A projekt íve - a térségek egymástól való elhatárolásától, az azokon belül megfigyelt terek felosztásán keresztül a javaslatok kidolgozásáig**

#### **3.3.1. I. szakasz**

Az első szakasz célja a bajor kultúrtájak tervezetének megalkotását tartalmazza, amely egy első próbálkozás volt a *tartomány teljes területének lefedésével* a határok megrajzolására és az egyes terek jellemzőinek megfogalmazására.

A tartomány egész területét hiánytalanul lefedő kultúrtáj terek határainak megrajzolásához az alábbi módszertani elemek szolgáltak alapul:

- Az első célkitűzés kb. 50 tér határainak lefektetése volt (végül 61 lett).
- A felosztás hiánytalan kell, hogy legyen.
- Az egyes elhatárolt területek jellemzői a lakosság számára is legyenek érthetők és beazonosíthatók.
- A fókusz a kultúrtáj jelenlegi állapotának megállapítására kell helyezni.
- Módszertanilag az északRajna-vesztfáliai példát kell követni oly módon, hogy azt a helyi viszonyokhoz kell alakítani, illetve fejleszteni.

- Mivel a bajor történelmi kultúrterekről addig még nem létezett a tartomány teljes területét lefedő adatbank, ezért annak alapjait is a projekt keretein belül meg kell teremteni, mégpedig úgy, hogy a már meglévő adatokat fel kell használni.
- Annak érdekében, hogy a projekt széles körben elfogadásra kerüljön, biztosítani kell a különböző hivatalok és intézmények bevonását (BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL 2006).

1. táblázat: A kultúrtáj tereinek lehatárolásánál figyelembe vett kritériumok

1.	Természeti adottságok	domborzat, talaj/geológia vizek, klíma
2.	Meghatározó, tipikus tájlemek	történelmi kultúrtáj térelemek: használathoz alkalmazkodó vegetáció (gyümölcsösök), antropogén vizek (halastavak), istállók, emlékhelyek modern kultúrtáj térelemek: golfpálya, Duna-Majna-csatorna
3.	Térhasználat szerkezete, típusai –jelenleg	szántó/rét, használati intenzitás/elosztás, különleges kultúrák és megművelési formák (komló), erdőrészek/erdő fajtái nyersanyag kitermelés, állattartás, ipar és kézműipar
4.	Használat szerkezete – történelmileg	történelmi mező- és erdőgazdaság, történelmi kézműipar öröklési szokások (örökség osztódása)
5.	Szabadidős és pihenési használat	idegenforgalom/turizmus, szabadidős és közeli kikapcsolódás aktivitások és szabadidős létesítmények (hegymászó falak, téli sportok)
6.	Tájkép, tájjetika	pl. hegyi táj, messzi táj (közelség érzése a természettel)
7.	Településtörténet, - szerkezet	település szakaszai, település formái település sűrűsége és felosztása, meghatározó városok, központi helyek
8.	Építészet szerkezete, típusa	ház és háztáji formák, szakrális épületek (építészeti formák) építőanyagok, kiemelkedő épületek és épületegyüttesek
9.	Közművesítés, közlekedés	közművesítés foka (csekély, vagy intenzív), fő közlekedési formák (utak, sínek, vízi utak) tranzitfunkció, kereskedelmi utak (történelmi/aktuális)
10.	Valamikor területi hovatartozás	világi: pl. grófságok, hercegségek, lovagok egyházi: pl. püspökségek, vallási befolyásoltság
11.	Szokások	népviselő szokások
12.	Nyelvi jellemzők	nyelvi határok, nyelvjárárok
13.	Asszociatív aspektusok	művészetek: egy térhez kapcsolódó művész/művészcsoportok, kultúrtáj inspirálja a festőket, költőket történelem: pl. csataterék (Lechfeld), történelmileg meghatározó terek idegenforgalom és marketing: Schwäbische Toscana, Bayerisches Venedig
14.	Biodiverzitás	használathoz alkalmazkodó, kultúrtájra jellemző biotóp típusok, nagy kiterjedésű védett területek (pl. nemzeti parkok, bioszféra rezervátumok) regionális használat és növényi fajták (pl. Karlshuldi rozs, murnau-werdensfelseri marha)

*Forrás: Saját szerkesztés a BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL honlapja (www.lfu.bayern.de) alapján*

Az eredmény a 2. ábrán látható, a Bajor Környezetvédelmi Hivatal honlapján mindenki számára elérhető interaktív térképen, amely, ha rákattintunk a *61 kultúrtáj-tér* (Kulturlandschaftsräume) valamelyikére, akkor feltárulnak a mögötte rejlő *nagyjelentőségű kultúrtájak*. A fenti tagolás nem helyettesíti a természeti tájak szerinti felosztást, inkább annak szükséges kiegészítéseként értelmezendő. A projekt I. szakasza 2009 júniusában lezárult.

2. ábra: Bajorország teljes területének kultúrtájak szerinti felosztása



Forrás: A BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL honlapja ([www.lfu.bayern.de](http://www.lfu.bayern.de))

### 3.3.2. II. szakasz

A második szakasz elnevezése: „Bajorország nagyjelentőségű kultúrtájai”, amely során 112 területet jelöltek ki. A projekt ezen szakaszában már nem törekedtek a teljes területi lefedettségre. A Bajor Környezetvédelmi Hivatal munkacsoportja az alábbiak szerint határozza meg a nagyjelentőségű kultúrtájak jelentését:

„Nagyjelentőségű kultúrtájaknak nevezük az adott kultúrtáj azon részletét, melynek megjelenési formáját nagyrészt a történelem és a hagyományok határozzák meg. Működésük szerint történelmi kultúrtáj elemeket rendszereznek térhasználatuk alapján, amelyen keresztül az egyes funkcionális területeken túl a táj a hagyományok kontextusában tárul fel előttünk. A nagyjelentőségű kultúrtájak ílymódon a tartományi mércével mérve rendkívüli természeti és kulturális sajátosságokat őriznek „(BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL 2006).

Ebből kifolyólag a második szakasz a fenti definíció alapján a *különleges értékkel* bíró tájakat rendszerezi, különös tekintettel azokra a tájegységekre, amelyek kimondottan történelmileg alakultak ki és azokat a sajátosságaikat a mai napig is őrzik.

A második szakasz által vizsgált „nagyjelentőségű kultúrtájak” több törvényben is szerepelnek:

- Bajor Természetvédelmi törvény (BNatSchG), 1§ (1) bekezdés, 3 cikkely – „a táj sokféleségének és sajátosságainak védelme” (BAJOR TERMÉSZETVÉDELMI TÖRVÉNY 2022)
- Bajor Természetvédelmi törvény (BNatSchG), 1§ (4) bekezdés, 1 cikkely – „a történelem során létrejött kultúrtájak védelme az eltorzítástól, a szétdarabolástól és egyéb befolyásoktól” (BAJOR TERMÉSZETVÉDELMI TÖRVÉNY 2022)
- Területrendezési törvény (ROG), 2§, (2) bekezdés, 5 cikkely – „a történelem során kialakult kultúrtájak megőrzése” (TERÜLETRENDEZÉSI TÖRVÉNY 2008)

- Német Szövetségi Köztársaság Erdőtörvénye (BWaldG), 11§, (2) bekezdés – „az erdő funkciója, mint egy kultúrtörténeti archívum, és a parkok, kertek és temetők műemlékvédelmi fontossága” (SZÖVETSÉGI ERDŐTÖRVÉNY 1974)

A „történelem során kialakult kultúrtájak” védelméről számos nemzetközi egyezmény és program is szól, amelyekre a tanulmány terjedelme miatt most nem térek ki.

### 3.3.3. III. szakasz

A projekt harmadik szakasza a „történelem során kialakult kultúrtájak” megőrzésével és fejlesztésével kapcsolatos ajánlásokat tartalmazza. Lehetőség szerint konkrét, térbeli javaslatok és lépések kerültek kidolgozásra a bajor kultúrtájak sokféleségének megőrzésére, illetve tervek is készültek azok hosszú távú fejlesztésére és a jövőben esetlegesen felmerülő döntések megkönnyítésére. A munka elvégzése során nem csak a 2. szakaszban kiemelt tájakat vették figyelembe, hanem arra törekedtek, hogy a tartomány teljes lefedésével megvalósítható perspektívákkal szolgálhassanak.

## 4. Németországi jó gyakorlat bemutatása a Passaui Apátság kultúrtáján keresztül

### 4.1. A Passaui Apátság kultúrtáj határainak megalkotása (I. szakasz)

Az első szakaszban kijelölésre került a Passaui Apátság kultúrtér határvonala (2. táblázat) (4. ábra), amely a Dunától északra elterülő, Passau városát körbeölelő része a Bajor-erdőnek. Lefedi a Duna völgyének Passautól északra és délre fekvő vidékét, beleértve a parti meredek lejtőket, a Wegscheidi fennsíkot és a Bajor-erdő déli területeit. Kultúrtörténetileg ez a terület a Passaui Püspökség fennhatósága alá tartozott, valamint történelmi kereskedelmi utak és útvonalak jellemzik, mint pl. a „Goldener Steig” (ezen az ösvényen a középkorban számarhátton szállították az Inn folyón Passaubába érkező só és egyéb árukat, miután azokat Passaubnál málhásokra pakolták és cseh területre szállították). A kitaposott nyomvonal ma egy kedvelt turisztikai terület, ahol pl. gyakorló hegymászó falak nyújtanak élményt az aktív kikapcsolódásra vágyóknak.

2. táblázat: A Passaui Apátság kultúrtér fekvése

Fekvése	
Közigazgatási terület:	Alsó-Bajorország
Tartományi körzetek:	Passau tartományi körzet, Passau város, Freyung-Grafenau tartományi körzet egyes részei
Természeti tájegység:	Passaui Apátság területe és a Neuburgi erdő, Wegscheider fennsík, Belső-Bajor-erdő egyes részei
Magassága:	Tengerszint felett 400-1330 méter (Dreisesselberg 1333m – [hármashatár])

*Forrás: BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL*

*Természeti táji adottságok:*

A táj domborzata hullámos, részben kupalakú, kedvező klímájú, tele ellentmondásokkal.



### *Történelme:*

Már a kelták óta lakott területként ismert, melyet később a rómaiak is benépesítettek, hiszen stratégiai szempontból fontos szerepe volt a történelem során. A püspökség 739-ben jött létre. A fennsíkon lévő területek hosszú időn keresztül lakatlanok voltak, kedvezőtlen fekvésük miatt, amely részben még ma is így van. Az újkor elején, az iparosodás során alakultak ki újabb használati módok, mint pl. a bányászat, a fakitermelés és az üveghuták. Jelentős szerepe volt azonban a só kereskedeleme is.

### *Térszerkezete:*

A 11. és 12. század során alakultak ki a kisebb települések, sorfaluk, és a kereskedelmi útvonalak mentén a sávossal kialakított parcellák. A vámszedő helyek mellett piacok szerveződtek és népes települések jöttek létre. A só kereskedelem meghatározó eleme volt a helyi struktúrák kialakulásának. A kereskedőket, hordárokat és az állatokat is szükségleteik szerint el kellett látni, ami ösztönözte a fogadókat, kovácsműhelyeket és a rá épülő szolgáltatásokat kialakítását. A 15. században már az üveghuták is megjelentek, mivel a terület ércben és fában gazdag volt. A terület határ közeli fekvése és a gazdagságot jelentő kereskedelmi útvonalai védelmet igényeltek, ezért az addig kiesőnek számító területeken megjelentek a várak és erődök.

A püspökség gyarmatosítási tevékenysége során megkezdődött a terület északi irányú benépesítése Ilz és Erlau folyók domboságaiban.

Kropfmühl akkortájt szerezte meg az egész világra szóló gránitbánya monopóliumát.

A folyók és patakok partjain malmokat működtettek és vizeiken pedig fákat úsztattak.

A tájra jellemző kultúrtáj elemek:

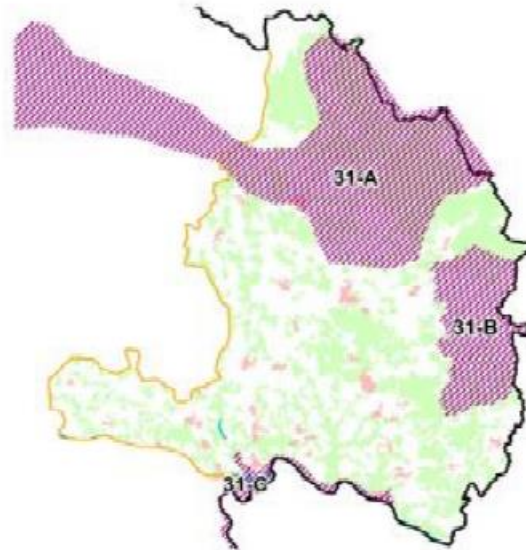
- Halmazfaluk
- Dűlőkre tagozódó határok
- Fűrészüzemek
- Fa úsztatásához szükséges létesítmények
- Kitaposott (emberek vagy állatok által) kereskedelmi ösvények
- Történelmi és újkori bányászat maradványai
- Későközépkori határvidéki rombolás nyomai

A 17. század végén, az utolsó új települési hullám benépesítette az „új világot” is, amely során szórványosan épültek be a gazdaságok, szántók és erdők váltották fel egymást, a települések kialakulása még ma is jól nyomon követhető, sosem veszítette el szórványtelepülés jellegét. A parasztok a mezőgazdaságból származó jövedelmüket lenvászonszövésével egészítették ki, amiből kifolyólag a len termesztése alakította az akkori tájat.

#### 4.2. A Passaui Apátság kultúrtáj-tér három „nagyjelentőségű kultúrtája”

(1=31-A; 2=31-B; 3=31-C) (II. szakasz)

3. ábra: A Passaui Apátság kultúrtáj-tér és 3 „nagyjelentőségű kultúrtája”  
(31-A; 31-B; 31-C)



*Forrás: A BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL honlapja (www.lfu.bayern.de)*

A 3. ábrán a Passaui Apátság kultúrtáj-tér 3 „nagyjelentőségű kultúrtája” látható (lásd még 4., 5. és 6. ábrák).

##### 1. 31-A: Patkó és sávossal alakú gazdaságok a Bajor erdő belsejében

A tájat a hajdani kereskedelmi útvonalak jellemzik, amelyek mentén a sajátos térszerkezetet felmutató történelmi települések is kialakultak. Ma is fellelhető táji elemek: nyomvonalak, üveghuták, víztározók és öntözőrendszerek.

4. ábra: Kreuzberg, sugáralakú patkó és sávossal alakú gazdaságok



*Forrás: Steckbrief Kulturlandschaftsraum 31 Passauer Abteiland (bayern.de)*

## 2. 31-B: *Neue Welt* „új világ”

A 30 éves háború végével Wenzeslau von Tun püspök jól előkészített tervek alapján benépesítette a Bajor-erdő addig lakatlan, déli részét, a Wegscheidi - felvidéket, azzal meghatározva a még ma is érzékelhető szórvány települések szerkezetét.

7. ábra: A 17. században benépesült „új világ” szórvány települései, Wegscheidi - felvidék



*Forrás: A BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL honlapja (www.lfu.bayern.de)*

## 3. 31-C: *Inn és Duna völgye* Passautól az országhatárig

A terület az Inn és a Duna folyó völgyét öleli fel és az országhatárig terjed, ahol az egykor védelmi funkciót ellátó várak és erődök váltják egymást.

8. ábra: Passau, a három folyó találkozási pontja



*Forrás: STADT PASSAU 2017*

### *Veszélyek:*

A Passaui Apátság kultúrtáj-tér három „nagyjelentőségű kultúrtája” az alábbi veszélyforrásoknak van kitéve:

Az erdős és a nyílt településszerkezetet a hagyományos mezőgazdaság intenzívebb tétele veszélyezteti (szabad zöld területekből szántóföldek lesznek), ugyanakkor bizonyos területeken megfigyelhető a hagyományos területhasználat megszűnése is (valamikori mezőgazdasági területek elbozótosodása, amely különösen a legelők és zöldterületek esetében figyelhető meg).

### 4.3. Javaslato a kultúrtáj megtartására és fejlesztésére

#### III. szakasz:

- Kerülendő a völgymezők, a tisztások és az extenzív hasznosítású mezőgazdasági területek, illetve egyéb, hagyományos módon használt részterületek erdősítése, elbozótosodása (különösen a 31-A tájon);
- A valamikori létesítmények maradványait és a hozzájuk tartozó kiállásokat és árkokat meg kell őrizni (31-A, Finsterau, Bischoftsried, stb.);
- A tájra jellemző települések és szántók formáit meg kell őrizni;
- Problémás a 31-A tájon a szórványtelepülések jövőbeni fejlődése, különös tekintettel az új településrészek kialakítására, és az ipari területek bővítésére;

Nem javasoljuk, hogy az újabb lakótelepek a szórványtelepülések közvetlen szomszédságában létesüljenek, különösen nem Freyung-Grafenau településen;

Javasoljuk az új lakótelepeket a nagyobb települések mellé építeni;

- A történelem során kialakult kultúrtájak sokaságát meg kell tartani, különösen azokat, amelyek a kereskedelem, a kézművesség, a kisipar és a bányászat kialakulásáról tanúskodnak;
- A hajdani kereskedelmi útvonal, a „Goldener Steig” mentén napjainkra színes turisztikai kínálat alakult ki (túraútvonalak, hagyományőrző ünnepek (9. ábra), múzeumok);
- Elképzelhetőnek tartjuk a turisztikai kínálat további bővítését kultúrtáji aspektusból, mint pl. a települések és a gazdaságok formáival kapcsolatosan, illetve a gránit, grafit és a malmok felhasználási lehetőségeivel összefüggésben.

9. ábra: Néphagyomány, amely a só szamarháton történő szállítására emlékeztet



Forrás: <http://www.saeumer.de/saeumerfest.html>

## 5. Összefoglalás

A projekt célja a történelem során kialakult bajor kultúrterek és -tájak sokféleségének és sajátosságának megőrzése, amelyeknek a táj egyediségét és otthonossá tételét köszönhetjük. A kultúrtájak a természet adta domborzat, klíma és talaj ember által évszázadokon keresztül alakított életterei jelentősen hozzájárulnak az adott régió identitásának kialakulásához. Ezért az

egyedi jellemzőkkel bíró kultúrtájak nem csak a természeti, hanem a kulturális örökségünk egy részét is képezik.

A fenti hagyományokra épülő bajor kultúrterek napjainkra egyre nagyobb veszélynek vannak kitéve, melynek az az oka, hogy az utóbbi évtizedekben a területek használati módja sokat változott. A projekthez fűzött remények szerint a kultúrtájak feltérképezése és egy status quo rögzítése irányt mutathat a különböző jövőbeni tervezések során a kultúrtáj örökségünk megőrzéséhez.

## Irodalomjegyzék

ATLAS (1996): [www.tram-research.com/atlas](http://www.tram-research.com/atlas). <http://www.tram-research.com/atlas> (Letöltve: 2022.04.25.)

BAJOR KÖRNYEZETVÉDELMI HIVATAL (2006): [https://www.lfu.bayern.de/natur/kulturlandschaft/doc/projektbeschreibung\\_kulagliederung.pdf](https://www.lfu.bayern.de/natur/kulturlandschaft/doc/projektbeschreibung_kulagliederung.pdf) (Letöltve: 2022.04.25.)

BAJOR TERMÉSZETVÉDELMI TÖRVÉNY (2022): [https://www.gesetze-im-internet.de/bnatschg\\_2009/](https://www.gesetze-im-internet.de/bnatschg_2009/) (Letöltve: 2022.04.25.)

CSAPÓ, J. – MATESZ, K. (2007): A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában. *Földrajzi értesítő* 16(3-4): pp. 291-301.

CSÓKA, L. – PAIC, R. – PRISZTÓKA, G. – VARGÁNÉ SZALAY, K. – VARGA, T. – MARTON, G. (2021): A hazai utazási szokások változásai a koronavírus-járvány hatására. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(4): pp. 16-27.

ENCIKLOPÉDIA, K. (2020): <http://enciklopedia.fazekas.hu/mufaj/Tajkolteszet.htm> (Letöltve: 2022.04.25.)

FLADMARK, J. (1994): *Cultural Tourism*. Papers presented at the Robert Gordon University Heritage Convention, Conference proceeding book: Donhead Publishing London.

GONDA, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Pécs, PTE KPVK.

HARGROVE, C. (2002): Heritage Tourism. *CRM Magazine* 25(1): pp. 10-11.

HARITAGESTUDIES (2020): *HERITAGESTUDIES*. <https://heritagestudies.eu/wp-content/uploads/2020/06/Die-Kategorie-Kulturlandschaft-in-der-Welterbekonvention.pdf> (Letöltve: 2022.04.30.)

KOVÁCS, L. – KELLER, K. – TÓTH-KASZÁS, N. – SZŐKE, V. (2021): A COVID19 járvány hatása egyes turisztikai szolgáltatók működésére: Azonnali válaszok és megoldások. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(2): pp. 6-24.

LEMPEK, M. – TÉSITS, R. (2021): A vidéki térségek turizmusalapú fejlesztési lehetőségei a siklósi járás példáján. *Modern Geográfia* 16(2): pp. 87-112.

NAGY, D. – CSAPÓ, J. – VÉGI, SZ. (2021b): A jövő turizmusa, a turizmus jövője. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(2): pp. 72-85, 14 p.

NAGY, D. – GONDA, T. – HÁLÓ, K. – DÁN, A. (2021a): A jövő vendéglátása, a vendéglátás jövője. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6(2): pp. 86-100.

PROBÁLD, F. (2011): A megismerés útjai: művészet és tudomány szerepe a földrajzi tájfogalom történetében. *Ponticulus Hungaricus* 15(9).

SILBERBERG, T. (1995): Cultural Tourism and business opportunities for museums and heritage sites. . *Tourism Management* 16(5): pp. 361-365.

Stadt Passau. (2017): *PASSAU*. Letöltés dátuma: 2022. 04 30, forrás: [www.passau.de](http://www.passau.de)

STEINECKE, A. (2007): *Kulturtourismus*. München: Oldenburg Wissenschaftsverlag GmbH.

SZALAI, Á. – FABULA, S. (2021): Az okos vidékfejlesztés lehetőségei és korlátai Magyarországon. *Modern Geográfia* 16(1): pp. 59-79.

SZÖVETSÉGI ERDŐTÖRVÉNY (1974): <https://www.gesetze-im-internet.de/bwaldg/> (Letöltve: 2022.04.25.)

TERÜLETRENDEZÉSI TÖRVÉNY (2008): [https://www.gesetze-im-internet.de/rog\\_2008/](https://www.gesetze-im-internet.de/rog_2008/) (Letöltve: 2022.04.25.)

TOURISMUS 2030 (2019): [www.partner.ostbayern-tourismus.de](http://www.partner.ostbayern-tourismus.de): <https://partner.ostbayern-tourismus.de/2019/12/13/handbuch-tourismus-2030-die-bausteine-der-zukunft/> (Letöltve: 2022.04.24.)

TRÓCSÁNYI, A. – TÓTH, J. (2020): *A magyarság kulturális földrajza II*. Pécs: Pro Pannonia Kiadó Alapítvány.

UNESCO (1972): *Világörökség egyezmény*: <https://unesco.hu/vilagorokseg/vilagorokseg-107171> (Letöltve: 2022.04.24.)

UNESCO (2003): [https://unesco.hu/szellemi\\_kulturalis\\_orokseg/szellemi-kulturalis-orokseg-107172](https://unesco.hu/szellemi_kulturalis_orokseg/szellemi-kulturalis-orokseg-107172) (Letöltve: 2022.04.24.)

UNWTO (1985): <https://www.unwto.org> (Letöltve: 2022.04.24.)