

E-CONOM

Online tudományos folyóirat
Online Scientific Journal

Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről
Studies on the Economic and Social Sciences



E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
DURGULA Judit

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
DURGULA Judit

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

TÓTH GERGELY

Az Apple titok, avagy mitől szeretetmárka az Apple?

The secret of Apple, so what makes Apple a lovemark?.....1

HAVASI FATIME – KOVÁCS LÁSZLÓ – SÁNTA SÁNDOR – PETRASITZ ESZTER

Az okos energiagazdálkodás jövője

The Future of Smart Energy Management.....18

KÉRI ANITA

A magyar felsőoktatásban tanuló külföldi hallgatók motivációjának vizsgálata

The Study of Foreign Students' Motivation about Learning in Hungary.....36

VERESS JÓZSEF LÁSZLÓ

Az E-learning és az internetes távoktatásban rejlő lehetőségek: Fókuszban a fejlesztések sikerességi tényezői

E-Learning and Inherent Possibilities in Distant Learning: Focusing on Success Factors of the Developments51

FAZEKAS NIKOLETT

Javaslat a régiók homogenitásának új típusú vizsgálatára: A Nyugat-dunántúli régió példája

New Approach in the Analysis of Regional Homogeneity: Case Study on West-Transdanubia, Hungary65

FORGÓ FRUZZINA

A pilisi térség ismertsége Magyarországon és a térség szerepe a hazai turizmusban

Popular Attractions of the Pilis Region, and the Role of the Region in the Wider Context of National Tourism80

PATAI NOÉMI – VARGA VALÉRIA

Társadalmi vállalkozások: Kasmírszoknyával és bodaggal a roma integrációért – A Romani Design és a Romani Platni összehasonlító elemzése

Social Enterprises: Cashmere Skirt and Gipsy Bread for Roma Integration – Comparative Analysis of Romani Design and Romani Platni94

SLÉBER MÁTYÁS TIBOR

A hazai klubfutball lehetőségeinek vizsgálata a lyoni modell segítségével a gazdasági és sportszakmai sikerek fényében

The Analysis of the Potencial of the Domestic Football by the Help of the Model of Lyon Related to its Economic and Professional Sport Success.....109

SZEMENYEI MÁRTON

Battling Transaction Costs: Establishing an e-Exchange System for Coaseian Bargaining

Harc a tranzakciós költségek ellen: Egy e-tőzsde rendszer létrehozása coase-i alkuk számára124

DROPPA DÓRA

Cash flow-kimutatások: A hazai és nemzetközi előírások

Cash flow-statements: The National and International Regulations135

KURBUCZ MARCELL TAMÁS

Projektek átfogó tervezésének és koordinálásának támogatása mátrixokkal

Comprehensive Planning and Coordinating by Matrix-based Methods148

KERESZTESI LUCA ÉVA

A növekedési cikluson túl: Revitalizáció egy érett szervezetben

Life After the Growth Cycle: Revitalization of a Mature Organization161

A pilisi térség ismertsége Magyarországon és a térség szerepe a hazai turizmusban¹

Forgó Fruzsina²

Dolgozatomban a Pilis-hegység turizmusban elfoglalt szerepét vizsgálom. Fő kérdésem, hogy a természetben történő pihenés milyen mértékben jelenik meg a lakosság hétköznapijában, melyek az utazást, kimozdulást leginkább motiváló tényezők. Hipotézisem szerint a természetben való túrázás szükséglete napjainkra jelentősen visszaszorult. Úgy gondolom, hogy csak azok járnak rendszeresen a Pilis erdeibe, akik a hegység közvetlen közelében laknak, illetve azok a sportolók, akiknek a hegyi terep megfelelő helyszínt biztosít a mozgáshoz. Állításaimat egy kérdőíves felmérés eredményeivel hitelesítem. A kérdéseim elsősorban a turisták kirándulási szokásaira, a szabadidő eltöltésére vonatkoznak. Az eredmények értékelése során kiderült, hogy a kirándulók leginkább a hegység földrajzi vonzásköréből, főleg autóval érkeznek, és jellemzően rövid ideig tartózkodnak a régióban. Meglátásom szerint ahhoz, hogy Pilisszentkereszt elsőszámú turistacélpont legyen megfelelő marketingtevékenység és a fejlesztések végrehajtásához tökeerős befektetők bevonása szükséges.

Kulcsszavak: Pilis-hegység, látogatási szokások, kirándulóturizmus, aktív turizmus
Jel-kódok: Z30, Z32, Z33

Popular Attractions of the Pilis Region, and the Role of the Region in the Wider Context of National Tourism

I examine the place of the tourism of the Pilis-Mountains region. My main interest is in the extent to which nature appears in the life of the inhabitants and I try to highlight the most important factors which support or motivate travel and outings. I start from the hypothesis that tours in the natural environment have been reduced considerably recently. I think that the forests of the Pilis hills are mainly visited by people who live in their proximity. I document my statements with the help of the results of a questionnaire, which refer mainly to tourist behaviour and methods. I realised the tourists are from the neighbourhood of the Pilis-Mountains, most of them drive to the region and spend a short time there. If we want Pilisszentkereszt to become a primary tourist target there is need for adequate marketing activity, potent investors and targeted investments are a must.

Keywords: Pilis Mountains; Customs; Favourite activities of the visitors; excursions-tourism
JEL Codes: Z30, Z32, Z33

¹ A tanulmány a XXXII. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekciójának Turizmusgazdaságtan Tagozatában első helyezést elért dolgozat alapján készült. Az OTDK-pályamunka konzulense Dr. Tóthné Igó Zsuzsanna mestertanár.

² A szerző az Eszterházy Károly Főiskola Gazdaságtudományi Intézet hallgatója (forgo.fruzsina AT gmail.com).

Bevezetés

A felgyorsult, modern világban a turizmus fogalma szinte már mindenkinben átértékelődött, és korántsem ugyanazt a tevékenységet értik alatta, mint korábban. Az infrastruktúra fejlődésének köszönhetően a különböző desztinációk minden potenciális érdeklődő számára könnyedén megközelíthetővé váltak, így lassan a tömegturizmus, mint általános jelenség beszivárgott a köztudatba. Megszűnni látszott az a tendencia, hogy a szabadidő utazással való eltöltése csak a társadalom felső rétegei számára volt elérhető.

A rohamosan bővülő és újszerű szolgáltatások eredményeképpen alakult ki az a szemlélet a köztudatban, hogy a rendelkezésre álló szabadidőt és diszkrecionális jövedelmet minél igényesebb helyen és minél különlegesebb attrakciókra költjük el.

Az emberek hozzáállását nagymértékben alakítja a kuponos – voucher – rendszer elterjedése Magyarországon, mely rendkívül kedvező áron biztosít szolgáltatásokat a fogyasztóknak. A jelenlegi gazdasági körülmények között szolgáltatói oldalról érthető a törekvés, hiszen a turisztikai termékek nem raktározhatóak, csak az adott időpontban értékesíthetőek, ezért a szálláshelyek a lehető legkedvezőbb ajánlattal szeretnének megjelenni a piacon a csökkent fizetőképességű magyar lakosság megnyerésére.

A kiadások tekintetében a másik véglet képviselői az extrém sportok szerelmesei. A szigorú előírásoknak nehéz megfelelni és a védőfelszerelések beszerzése is komoly anyagi befektetést jelent, így ez a fajta tevékenység a magyar lakosság igen csekély részét érinti. *Puczkó és Rátz (2000)* szerint a kalandturizmus kategóriájába tartozó tevékenységeket elsősorban a szabadban üzik, melynek lényege, hogy valamilyen új tapasztalatot vagy különleges élményt biztosítson kipróbálójá számára.

Az aktív turizmuson belül a kalandturizmus mellett mindenképpen szót kell ejtenünk a természeti turizmusról is.

„A természeti turizmus magában foglalja mindazon turisztikai tevékenységeket, amelyek esetében az attrakció alapja a természeti környezet vagy annak valamilyen specifikus összetevője.”

(Puczkó-Rátz, 2000, pp.53.)

A turizmus számtalan altevékenysége közül talán ez mondható a szabadidő eltöltésének legalapvetőbb és legkézenfekvőbb módjának, ám a megváltozott életstílus miatt sajnos ez már nem mondható el teljes bizonyossággal.

Tanulmányom témája az aktív, a természeti, illetve a falusi turizmus kutatása a Pilis-hegységben, Pilisszentkereszt és Dobogókő térségében.

Fő kérdésem, hogy a természetben történő pihenés milyen mértékben jelenik meg a lakosság hétköznapijában, melyek az utazást, kimozdulást leginkább motiváló tényezők. Igyekszem feltérképezni a turisták kirándulási szokásait, melyeken keresztül hiteles képet kívánok kapni arról, hogy egy-egy konkrét természeti- vagy vallási helyszín lehet-e utazást kiváltó ok?

Hipotézisem szerint a természetben való túrázás szükséglete napjainkra jelentősen visszaszorult, úgy gondolom, hogy csak azok járnak rendszeresen egy-egy délutáni sétára a Pilis erdeibe, akik a hegység közvetlen közelében laknak, illetve azok a sportolók – legyen szó verseny- vagy hobbiszintű tevékenységről –, akiknek a hegyi terep megfelelő helyszínt biztosít a mozgáshoz. Úgy vélem Magyarország területéről a turisták főleg Pest megyéből érkeznek a Pilisbe, és ők is csak azért, mert úgymond ’beleszülettek’ ebbe a környezetbe, így a természet iránti igény már kicsi koruk óta jelen van az életükben.

Amennyiben feltételezésem helytálló, azt is igazolni tudom, hogy a tartózkodási idő mindössze néhány órára korlátozódik, szemben azzal, mikor évtizedekkel korábban a családok

akár egy egész napot is eltöltöttek a szabadban. Állításaimat egy általam végzett kérdőíves felmérés eredményeivel kívánom hitelesíteni.

A Pilis-hegység turisztikai erőforrásai

A Pilis-hegység Budapesttől csupán harminc kilométerre található, Magyarország egyik leglátogatottabb turisztikai célpontja. Pilisszentkereszt és Dobogókő két aprócska falu, melyek egymástól mindössze hét kilométerre fekszenek. A turisztikai erőforrásait együtt mutatom be, hiszen a közigazgatásilag is egységként kezelt települések turisztikai adottságok tekintetében is nagyfokú hasonlóságot mutatnak. Az együttes lélekszám – 2.200 fő körül mozog – jól szemlélteti, hogy önmagukban valójában milyen kicsi településekről beszélünk. Ez azonban ne tévesszen meg senkit, hiszen a Pilis annál több, természeti szépséget és megkapó látnivalót tartogat az ide érkező turista számára.

A *Szurdokvölgy* Pilisszentkereszt alatt húzódik, mintegy másfél kilométer hosszan. A Dera-patak a Pilis egyik leglátogatottabb kirándulóhelye, mely évszaktól függetlenül folyamatosan látogatott. A Szurdokvölgy elsősorban természeti értéket képvisel, de geomorfológiai jelentősége sem elhanyagolható, tekintve, hogy feltárja a földtörténeti középkor triász időszakának képződményeit. Az erdei kikapcsolódás közben a tájékozódás és a tanulás lehetősége is biztosított, hiszen a vízfolyás mentén kiépített tanösvény érdekes és hasznos információval várja az érdeklődőket.

A Szurdokvölgy mellett elhaladó országút másik oldalán található a *Mária-forrás*, azaz a *Szentkút*. Egy aprócska, ám igen takaros kialakított kis kápolnát és egy igényesen kiépített vízforrást rejt az erdő mélye, melyet a pilisszentkeresztiek és az egész vidék misztikus, csodatévő helyként ismer, amióta a forrás vizének fogyasztása következtében néhányan meggyógyultak. A Szentkút és a kápolna karbantartására évről-évre nagyobb figyelmet fordítanak. A Pilis-hegység számtalan kevésbé- és jobban ismert csermelyt és patakot bújtat völgyei között, ezek közül a Mária-forrás örvend a legnagyobb ismertségnek, így nem meglepő, hogy az összes fellelhető víznyerő hely közül ez van a legjobban kiépítve.

Ha Pilisszentkeresztről az erdőn keresztül, a turista útvonalon közelítjük meg Dobogókőt, feltétlenül meg kell állnunk a *Zsivány-szikláknál*. Ezek a hatalmas sziklacsoportok az erdő közepén találhatók, melyekről a legenda úgy tartja, hogy a zsiványok ide hordták és itt rejtették el a zsákmányaikat, sőt ha ők maguknak is bujdokolniuk kellett, akkor ők is itt kerestek menedéket. Amennyiben úti céljaink között nem szerepelne állomásként e látványosság, az erdei tábláknak köszönhetően akkor sem kerülheti el figyelmünket, hiszen több helyen is fel van tüntetve az ide vezető út.

Dobogókő egy zsákfalú, és bár sajnos semmilyen olyan kiépített vagy szervezett szolgáltatás nincs itt, ami két-három óránál további maradásra készítené a látogatókat, természeti kincsekben annál inkább bővelkedik, így a pilisi térség legkiemelkedőbb turisztikai célpontjának mondható. Turizmus szempontjából talán a Nagykilátó a leglátogatottabb, ahonnan jó idő esetén káprázatosan szép kilátás tárul elénk a Dunakanyart szemlélve. Ugyancsak nagy érdeklődésnek örvend a *Föld szívcsakrája*, azaz bolygónk dobogó szíve – a falu elnevezése is innen ered. A Pilis egyfajta spirituális központként is funkcionál, így nem meglepő, hogy a különböző vallási csoportokhoz tartozó helyszínekkel is találkozhat az érdeklődő.

Télen egyértelműen a sí turizmus kerül előtérbe, ekkor a téli sportok szerelmesei töltik meg a település összes üdülőjét. A pálya földrajzilag kiemelkedő helyen fekszik, mivel ez a sícentrum található legközelebb a fővároshoz, így a budapestiek tudatában elsőszámú síparadicsomként jelenik meg.

Pilisszentkereszt egy festői környezetű szűk völgyben fekszik, Budapesttől mindössze harminc kilométerre a Pilis-hegy keleti lábánál. A település szlovák neve Mlynky, melynek magyar jelentése malmocskák. Az elnevezés a XVIII. században alakult ki a helyiek körében,

mivel a faluban számos vízimalmot hajtottak a bővizű források. A környező település lakosai mind a „malmokba” vitték öröltetni a gabonájukat, és az elnevezés lassan beívódott a köztudatba.

Szentkereszt egy magyar, szlovák és német nemzetiségű község, melyhez, mint üdülőterület, közigazgatásilag hozzátartozik Dobogókő is. A magyar mellett szlovák és német önkormányzat is működik a településen. 2011-ig hivatalosan Pilisszentkereszt volt az egyetlen olyan település Magyarországon, ahol a nemzetiségi lakosok száma meghaladta a magyarokét. Napjainkban valójában csak a törzsgyökeres falubeliek beszélnek folyékonyan szlovákul, akik gyakran még maguk között is így társalognak.

Ha Pilisszentkeresztben járunk mindenképpen érdemes felkapaszkodni a hegy gerincére, ahonnan a kilátás páratlan élményt nyújt. Kevésbé ismert látványosságnak számít az *Ördöglyuk*, amely valójában egy barlangnak a szája. Tovább haladva a gerincen elérjük a *Vaskaput*, ami tulajdonképpen két hatalmas sziklaképződmény, íves kaput formálva, jelezvén a Pilis végét. A Pilis és a Visegrádi-hegység (1991) írásaiból kiderül, hogy a 15 méter széles és 8 méter magas diadalív szerű kapu valószínűleg egy hévizes eredetű barlang maradványa.

A turisztikai értékek tervezett hasznosítása

Az önkormányzat felismerte a településben rejlő turisztikai lehetőségeket és számos alkalommal próbáltak ezekre turisztikai attrakciókat építeni, de ezek sajnos minden alkalommal meghiúsultak.

Egy turisztikai fejlesztési terv keretein belül libegőt szerettek volna létesíteni a Dunakanyar felett, mely a Kakashegyet – Szentkereszt üdülőterülete – és Dömöst kötötte volna össze, ám támogatások hiányában a projekt soha nem került megvalósulásra.

A Dobogókő Fejlesztési Tanulmányterv egy történelmi tengely mentén tematikusan kialakított állomások segítségével vezette volna be a turistát a térségre vonatkozó történelmi események, illetve a természeti csodák világába. A tervek szerint a ciszterci apátság lett volna a kiinduló pont, ahonnan egészen Dobogókőig alakítottak volna ki állomásokat. A kivitelezhetőség érdekében a zsákfalú teljes mértékben el lett volna zárva a közúti forgalom elől, a csoportokat kis elektromos buszok szállították volna. A végállomás területén hét kiszolgáló egység építését tervezték különböző építészeti stílusban. A Nagykilátónál szerettek volna kialakítani egy olyan kilátót, mely benyúlik egészen a meredek hegyoldal felé, ezzel nem mindennapi látványban részesítve a látogatót. Az egész elképzelést egy videó hiúsította meg, melyet feltöltöttek a legnagyobb videómegosztó portálra. A látványtervben szerepelt egy építészeti különlegesség, egy olyan épület, melynek minden eleme kizárólag üvegből épült volna. A turisták mérhetetlen ellenállását ez a műalkotás váltotta ki, mivel többen azt állították, hogy az üveg, mint egy tükörként működve megzavarná a 'dobogó szívet', így a kultikus helyszín jelentőségét veszítené. Sokan nehezményezték azt is, hogy a megálmodók a közlekedési forgalom felfüggesztésével ki akarják sajátítani a szent helyet. Az ellenzők népes táborát nem tudták végül meggyőzni, így a tervezetet visszavonták.

A ciszterci apátság helyreállítására és a turizmusban való hasznosítására is volt elképzelés a múltban. E szerint, régészeti feltárás során kiemelték volna a maradványokat, melyet a szentkereszti plébánia mögött felépítésre kerülő lapidáriumban helyeztek volna el. Az archeológiai munkálatok után az eredeti tervek alapján rekonstruálták volna az apátságot, emellett szálláshely szolgáltató egység és egy színpad is kialakításra került volna. A tervezők egy, az országban egyedülálló programlehetőséget kívántak biztosítani az ide látogatóknak, akik egy régészeti kutatáson vehettek volna részt. A hajdani apátság mellett, a Pilis-hegy lábánál számos termőföld található, mely ugyan a helyiek tulajdonában van, mégsem hasznosíthatják, mivel műemlékvédelem alatt állnak. Ezekben a területeken végezhetnék volna kutatómunkájukat a turisták, természetesen szakember felügyelete mellett. Ez a lehetőség

rendkívül sok érdeklődőt vonzott volna az ország különböző pontjaiból, de anyagi forrás hiányában a feltérési munkálatok abbamaradtak, a maradványok pedig visszatemetésre kerültek

2012 végén az önkormányzat rendeletet hozott az idegenforgalmi fejlesztések érdekében a Pilisszentkereszt Vendégház bevezetéséről. Ennek értelmében azon vendégek, akik legalább egy vendégéjszakát töltenek a faluban olyan szálláshely-szolgáltatónál, aki együttműködési megállapodást kötött a szentkereszt önkormányzattal, Pilisszentkereszt Vendégházára jogosult. A látogató kedvezményeket vehet igénybe a dokumentum felmutatása ellenében, míg a szerződött szálláshelyek a tárgyév megelőző évben befizetett idegenforgalmi adó maximum 50%-át, de legfeljebb egy millió forintot visszapályázhat turisztikai fejlesztése végrehajtása érdekében. Jelenleg a partnerek száma igen korlátozott, de ez a létszám a jövőben várhatóan emelkedni fog. Amennyiben a Vendégház használata szélesebb körben is elterjed, az önkormányzat elképzelése szerint pontosabb és hitelesebb vendégforgalmi adatok birtokába kerülhet a hivatal.

A legaktuálisabb kezdeményezés szerint Pilisszentkereszt önkormányzata tárgyalásokat folytat a Visegrád és Környéke Turisztikai és Marketing Egyesülettel a csatlakozás feltételeiről. A társuláshoz való csatlakozással a falu is belépne a TDM – Turisztikai Desztináció Menedzsment – tagok közé, mellyel számos lehetőség nyílna meg a település előtt. Így még meg nem határozott mértékű önkormányzati hozzájárulás fejében Pilisszentkereszt is felvonultathatná a turisztikai attrakcióit, a szálláshelyeit és további szolgáltató egységeit a régiós kiadványokban és reklámanyagokban.

Kérdőíves kutatás

A téma feldolgozása során készítettem egy kérdőíves kutatást, mellyel a bennem megfogalmazódott hipotézist szeretném igazolni. Ezek szerint a turisták tartózkodási ideje jelentősen lerövidült, napjainkban inkább félnapos kirándulások a jellemzőek. Meglehetősen sok időt töltök Pilisszentkeresztben, így hétvége rendszeresen szembesülök azzal a megnövekedett gépjármű forgalommal, amely áthalad a falun, útból Dobogókő felé. Ebből kifolyólag feltételezésem szerint elenyésző azon látogatók száma, akik tömegközlekedéssel közelítik meg a szívcsakrának helyét adó települést. Az, hogy a természetjárók zöme autóval érkezik a hegységbe, arra enged következtetni, hogy a térség közelében, vagy attól nem messze lakik. A kutatás során kapott adatok kiértékelése után az előbbieken vázolt feltételezéseket kívánom megcáfolni vagy megerősíteni.

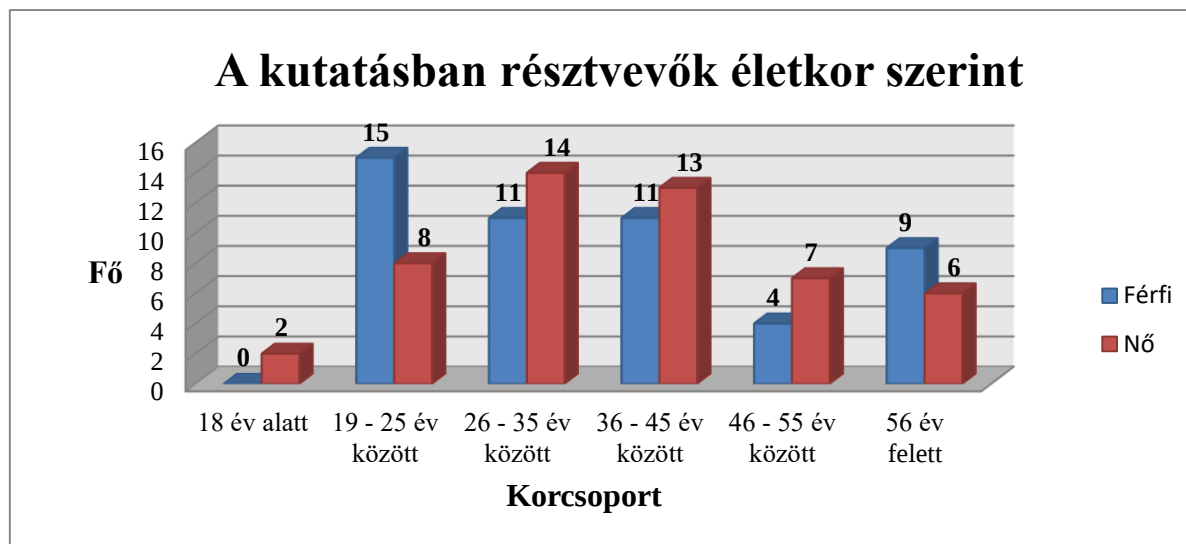
A felmérés során száz, véletlenszerűen kiválasztott turistát kérdeztem meg. Azért ragaszkodtam a százas elemszámú mintához, mert így nagyobb elemszámú mintával tudok dolgozni, ezzel csökkentve a maximális hiba mértékét és növelve a torzítatlanság esélyét, ám az elemzés így sem mondható reprezentatívnak. A szükséges adatok begyűjtését két időszakban végeztem. Mivel szerettem volna csökkenteni a szezonális különbségek torzító hatását, az adatgyűjtés első felét 2013. tavaszán folytattam, a fennmaradó kérdőíveket pedig 2014. februárjában töltöttem ki a turistákkal. A kérdőívezés helyszínéül Dobogókőt választottam, mivel az itteni turisztikai attrakciók kivételesen népszerűek a turisták körében. Zsákfaluról beszélve kizárható az átutazó forgalom, az ide érkezők kifejezetten a térségre jellemző látványosságok miatt érkeznek. A megkérdezettek között ötven férfi és ötven nő szerepelt korra, végzettségre, származásra és lakóhelyre való tekintet nélkül.

Lengyel és Tóvári (2002) meghatározása alapján semleges interjút készítettem a kitöltőkkel, ami azt jelenti, hogy „a kérdező személye csupán a kutatás ’eszköze’, akinek feladata, hogy a kérdéseket továbbítsa a vizsgálati alany felé, a válaszokat rögzítse és beszámoljon a tapasztalt reakciókról” (Lengyel – Tóvári, 2002, p.53.).

A kérdőívben szereplő kérdésekkel elsősorban a turisták kirándulási szokásairól kívántam átfogó képet kapni. Többek között arra vonatkozóan tettem fel kérdéseket, hogy a látogató kivel érkezett a Pilisbe, mi volt az útra kelésre készítő motiváció, a desztináción belüli egyes

látványosságok megtekintését mennyire tartja fontosnak, továbbá csoportképző ismérvként a válaszadók demográfiai jellemzőit mértem fel.

Az 1. ábra a kitöltők korbeli megoszlását ábrázolja nemek szerinti bontásban. A táblázat adatai jól szemléltetik, hogy elsősorban a 19 és 45 év közötti kirándulók jellemzőek a térségben, melyből arra következtethetünk, hogy a Pilis elsősorban az aktív turizmus szerelmeseinek kedvez. Ez persze nem jelenti azt, hogy a senior korosztály nem vesz részt a turizmusban, hiszen összességében a megkérdezettek 15%-át ők teszik ki. Turisztikai olvasatban az idősök csoportjáról 60-65 éves kor felett beszélünk. Szeretném leszögezni, hogy a kutatásban már az 56 év felettieket is ebbe a kategóriába sorolom, mivel az 56 évnél idősebbek körében nem végeztem külön szegmentálást.

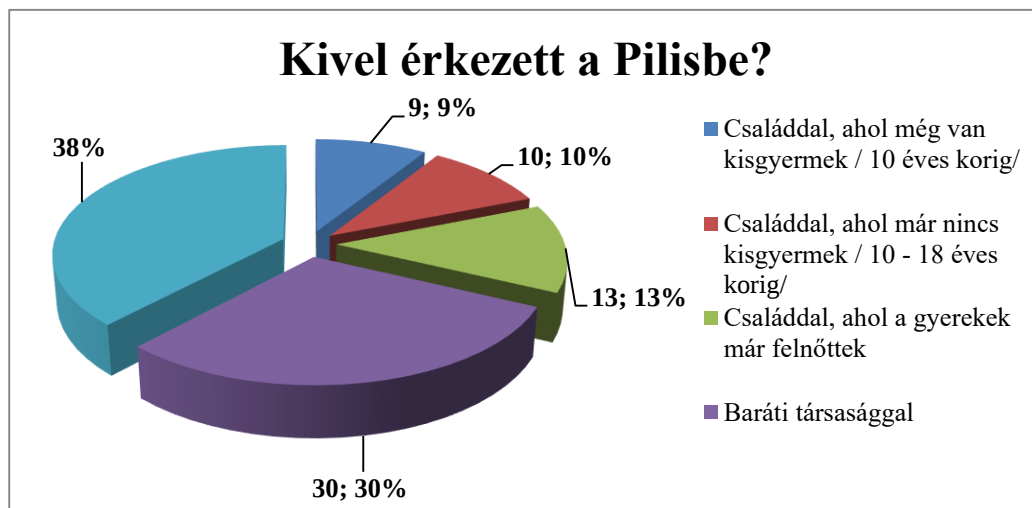


1. ábra: Életkor szerinti megoszlás

Forrás: Saját szerkesztés

Számomra meglepő tény, hogy a 18 év alattiak nem jelennek meg a kutatásban. Ésszerűnek tűnik az a magyarázat, hogy ez a korosztály kimaradt a felmérésből, azonban ez a megállapítás nem helytálló. Kifejezetten szerettem volna minden korcsoportból bevonni a kutatásba az alanyokat, de dobogókői tartózkodásom során nem találkoztam e nemzedékkel, vagy ha mégis, akkor az interjút a szüleikkel készítettem. Alacsony megjelenésüket kívánja bemutatni a 2. ábra, melyben a megkérdezettek arra a kérdésre adtak választ, hogy kivel érkeztek a Pilisbe?

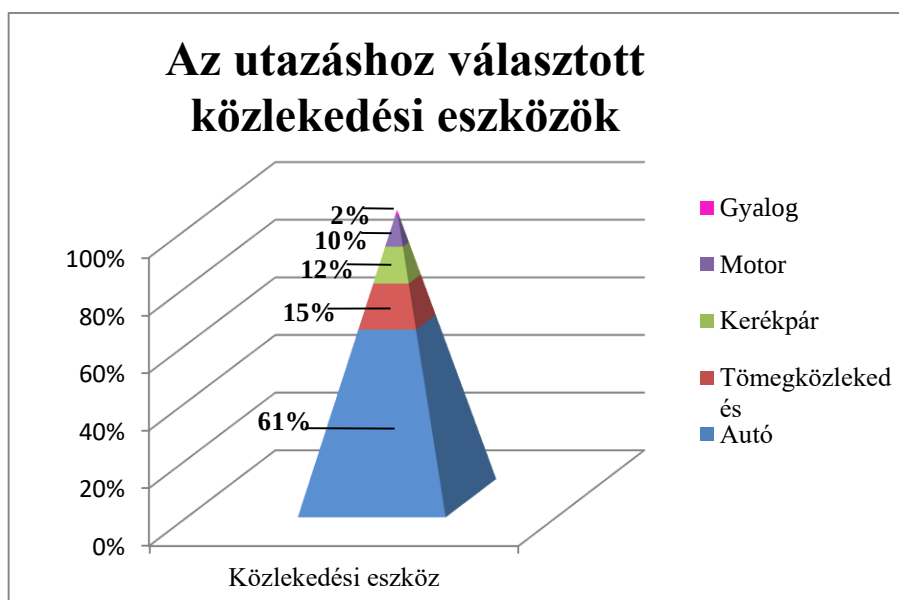
Az eredmények szerint az erdei séták jellemzően a párok és a baráti társaságok körében kedveltek, a két kategóriát együttesen vizsgálva arányuk magasan meghaladja az 50%-ot. Azon családok, ahol az utódok már függetlenül élnek szüleiktől, a válaszadók 13%-át adják. Ez az arányszám reprezentálja tulajdonképpen a szépkorúakat, azonban mivel egy válaszadó több kategóriát is megjelölhetett, így az idősebb korosztály képviselői a párral érkezettek között is megjelenhetnek. Egyértelműen látszik, hogy a 18 év alatti gyermekkel érkező családok aránya lényegesen alacsonyabb a többi kategóriával szemben. Ezzel a kérdéssel és a megadott válaszlehetőségekkel lehetővé vált a fentiekben említett probléma – miszerint a kiskorúakra nem terjed ki a kutatás – áthidalása, hiszen hiába a szülő adta a válaszokat a gyermekek számbavétele szintén biztosított a statisztikában.



2. ábra: A kitöltők kirándulópартnerei

Forrás: Saját szerkesztés

Amennyiben magasabb lenne a kiskorúakkal való utazások száma, talán jobban elfogadható lenne a 3. ábra által közölt tény, miszerint a turisták 62%-a gépjárművel érkezik a térségbe. Az 56 év feletti korosztály autóval való közlekedése nem számít meglepő eredménynek, a megkérdezettek 80%-a így érkezett. A 100 természetjáró körül mindössze 15 érkezett busszal a faluba, a motoros kirándulók száma pedig csak 10. A biciklivel érkezők számát is alacsonynak tartom, mivel a jó idő beköszöntével tömegesen lepik el az utakat, szabálytalan közlekedésükkel sajnos nem egy közúti balesetet okozva. A piramis tetején alig észrevehetően, két százalékkal képviselteti magát az a két válaszadó férfi, akik gyalog érkeztek, hogy a Nagy-kilátóból megtekinthessék a Dunakanyart.



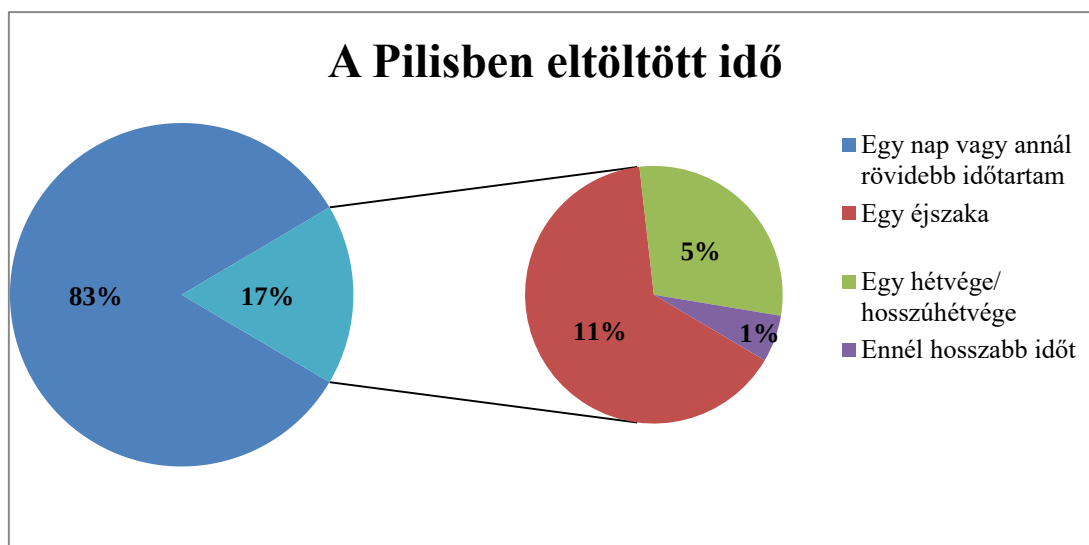
3. ábra: A turisták által választott közlekedési eszközök

Forrás: Saját szerkesztés

Dobogókő területén kizárólag fizetős parkolók találhatók, meglehetősen magas árakkal, ám a látogatókat ez sem sarkallja arra, hogy tömegközlekedésre váltsák az autót. Többek között ez is lehet az oka a rövid tartózkodásnak. Más megközelítésben az autóbuszok ritka járatsűrűsége is okozhatja azt a jelenséget, hogy a látogatók csak egy délelőtti vagy délutáni,

de leginkább csak pár órát töltenek el a Pilis-hegységben. A 4. ábra adatai alapján kiderül, hogy a látogatók 83%-a csak egynapos kirándulásra érkezett, ugyanakkor hozzá kell tenni, hogy a legtöbben még ezt az időintervallumot is sokallták, a válaszadók többségének tartózkodási ideje mindössze pár órára korlátozódott. A fennmaradó 17%-ból tizenegyen egy éjszakára, öten egy hétvégre vagy hosszúhétvégre maradtak, és csupán egy válaszadó jelölte meg az utolsó opciót, az előbbieknél hosszabb tartózkodást, ami adott esetben négy eltöltött vendégéjszakát jelentett.

A megszálló vendégek zöme, 13 fő turistaszállóban, 1 fő panzióban és 3 fő szállodában töltötte az éjszakát. Mivel a Pilis területén elsősorban az aktív turizmusé a főszerep, így a kapott eredmények azzal magyarázhatóak, hogy az ilyen jellegű motivációval érkező turisták körében a szálláshely színvonala jellemzően másodlagos tényező. Számukra az elsődleges szempont a természet közelsége és nem a luxus körülmények, így igényeiket a felsorolt kategóriák közül a turistaszálló is ki tudja elégíteni.

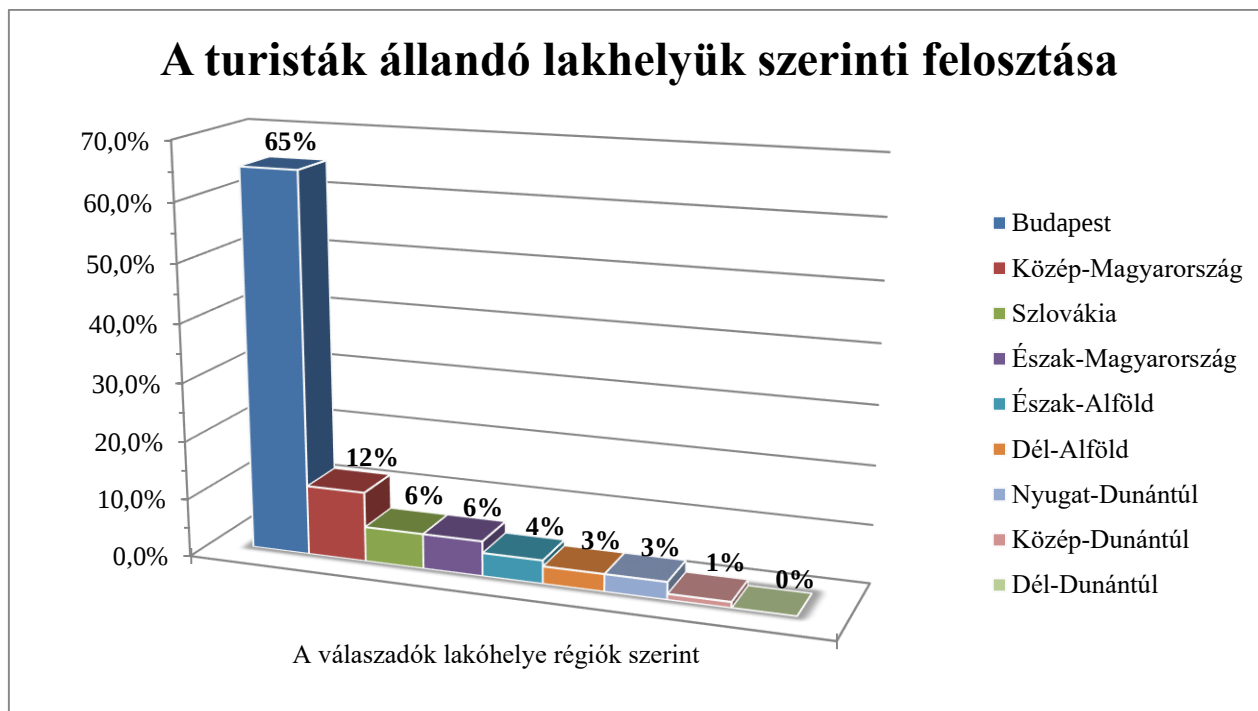


4. ábra: A térségben eltöltött idő szerinti megoszlás

Forrás: Saját szerkesztés

Érdekesnek találom, hogy a tartózkodási idő hossza és a lakóhely földrajzi elhelyezkedése között nem mutatható ki kapcsolat. Logikusnak hangzana, hogy az ország távolabbi részéből érkező vendégek fogják növelni a vendégéjszakára vonatkozó statisztikákat. Ezzel ellentétben a felmérésem szerint a hosszabb időre maradt vendégek 76%-a Budapestről, és további 12%-a Budapest-Közép-Duna-vidék régióból érkezett. A távolabbi régiók csak egy-egy vendéggel képviseltetik magukat.

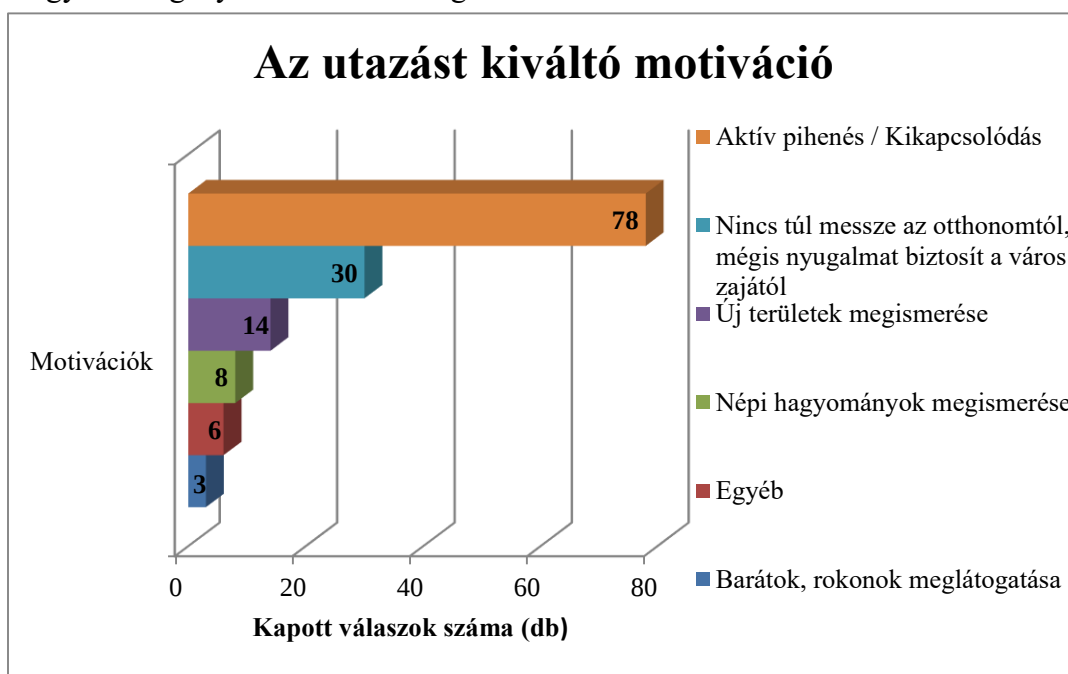
Az előbbieken említett adatok szerint – ahogyan azt az 5. ábra is szemlélteti – igazoltnak látszik azon hipotézisem, hogy a pilisi régióba elsősorban Budapestről és a térség vonzáskörzetéből érkeznek a látogatók. A kapott válaszoknak megfelelően elmondható, hogy a küldő települések közül kiemelt jelentőségű Budapest, valamint a térség további települései is felülreprezentáltak a megkérdezettek körében. A küldő területeket említve jelentősen kisebb hányadban Észak-Magyarország és Szlovákia is megjelenik. Mindenképpen kiemelem a szomszédos ország eredményét, hiszen ez kiválóan szemlélteti, hogy a pilisi hegyek képesek országhatáron túlról is látogatókat csábítani, melyből pedig a nemzetközi ismertségre következtethetünk, még ha az csekély szintű is. (Az 5. ábra szemlélteti a pontos adatokat a különböző régiókat illetően.)



5. ábra: A kirándulók lakhely szerinti megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés

A következőkben elemzésre kerülő adatok kifejezetten a kirándulási szokásokra irányultak. Többek között rákérdeztem a turisták motivációjára, valamint arra, hogy a hegységben fellelhető attrakciók megismerése milyen jelentőséggel bír számukra. A kérdőívben helyet kapott egy fiktív szituációra vonatkozó kérdés is, mely a hosszabbtávú tartózkodás esetén fellépő fogyasztói igényeket hivatott vizsgálni.



6. ábra: Az utazási motiváció vizsgálata

Forrás: Saját szerkesztés

Az utazást kiváltó okot vizsgáló kérdés esetén több válaszlehetőség megjelölése is megengedett volt a kitöltőnek. A 6. ábra jól szemlélteti, hogy a válaszadók 78%-a az aktív

pihenés és a kikapcsolódást jelölte meg motivációként. A hegység természeti adottságait tekintve ez a kiemelkedő arány nem okoz különösebb meglepetést. Harminc válaszadó a város zajától kívánt a természetbe menekülni, mondván, hogy a pilisi erdők közel találhatóak az otthonához. Kisebb mértékben bár, de itt is megjelenik a korábban részletezett tény, hogy számos látogató csak a földrajzi közelség miatt keresi fel a Pilist. Az egyéb kategórián belül a turisták kiegészítették a motivációk sorát a kifejezetten sportra irányuló tevékenységgel.

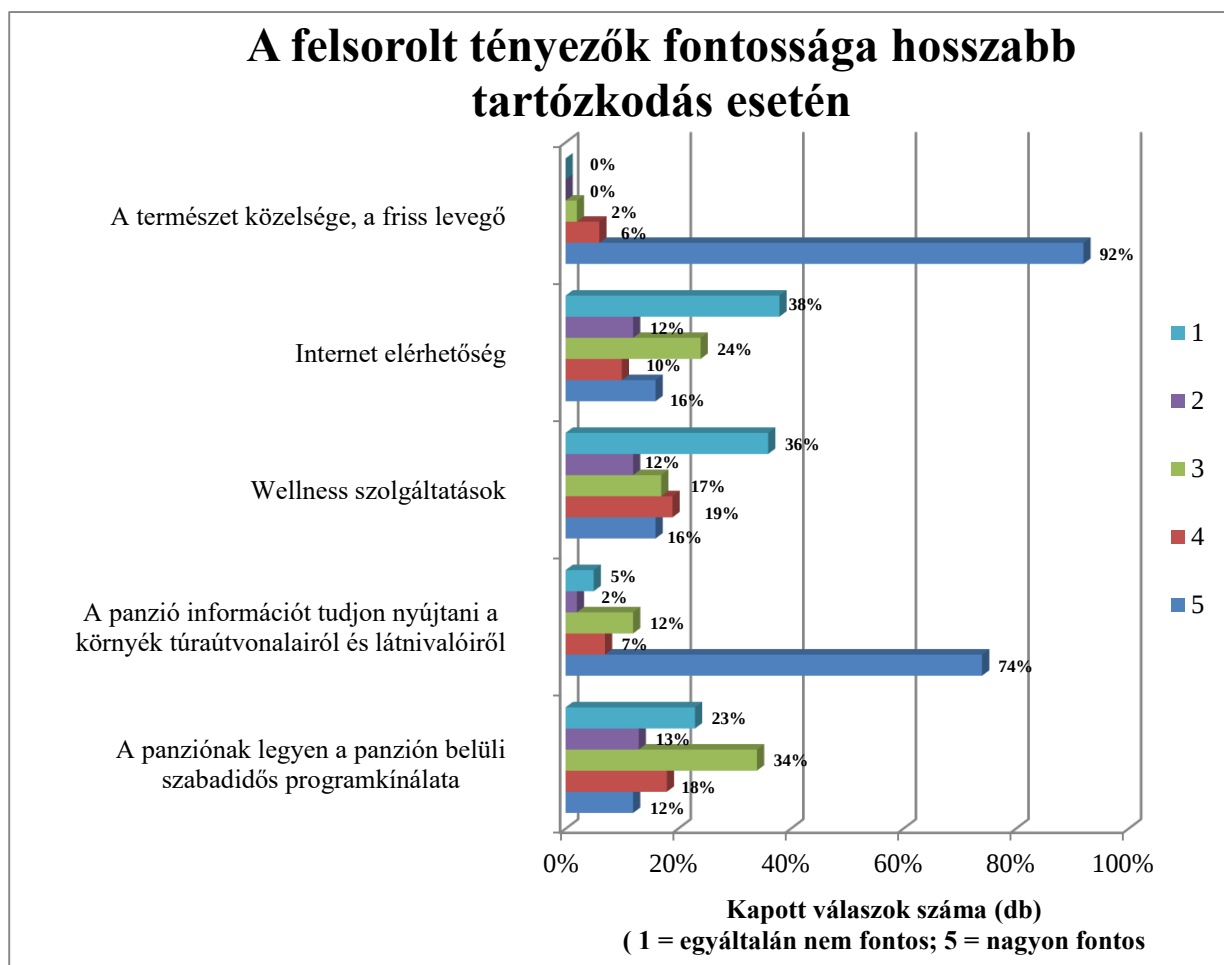
A válaszadók egyéni motivációja mellett kérdések irányultak arra is, hogy melyek azok a turisztikai vagy természeti attrakciók és vonzerők, melyek ösztönzőleg hatnak egy desztináció felkeresésére. Válaszként jellemzően az aktív turizmus különböző formái jelölték meg, de hasonlóan fontos szerepet játszanak a közeli nagyvárosok is. Természetesen Dobogókő is a fő látványosságok közé tartozik a látogatók szerint, ám ezen adat hitelességéről nem vagyok teljes mértékben meggyőződve, lévén, hogy a kutatás az adott helyszínen zajlott. Szintén a településhez köthető a síelési lehetőség, melyet a kitöltők 32%-a említett a lehetséges motivációk között. A Pilis lankái között számos ismert és kevésbé ismert forrás található, melyek vize egytől-egyig fogyasztható. A látogatók valamivel kevesebb, mint fele úgy gondolja, hogy az erdei források is lehetnek vonzerők, ugyanakkor sokan nehezményezték, hogy azok holléte nem megfelelően van kitáblázva. Annak ellenére, hogy a Pilisben és térségében egyre több fesztivált rendeznek a turizmus felélénkítésének céljából, meglehetősen csekély számban került megemlítésre a különböző fesztiválok vonzereje.

A Pilis-hegységben található vallási helyszínekre, szent helyekre vonatkozó kérdés célja szintén az említett hipotézis igazolása, illetve elvetése volt. Úgy gondolom, hogy elsősorban a nők nyitottabbak erre a témára, de ők is csak korlátozott mértékben. Napjainkban a vallás szerepe jelentősen csökkent a hétköznapijainkban, így azt is szeretném igazolni a felméréssel, hogy azok a válaszadók, akik számára nagyon fontos a vallás és a kapcsolódó kulturális érték megismerése, ők a középkorú-, illetve a senior korosztály köréből kerülnek ki. A zárt kérdés megválaszolásához numerikus skálát használtam, melyben öt értéket – 1 és 5 között – jelölhettek meg a látogatók, ahol 1 a legkevésbé fontos, 5 pedig a leginkább fontos választ jelentette.

Összességében elmondható, hogy a megkérdezettek 35%-ának egyáltalán nem fontos a szent helyek látogatása, azonban teljesen más eredményeket kapunk, ha különválasztjuk a nemeket. Mind a férfiak, mind a nők közül 11 kiránduló mondta azt, hogy számára fontos az ilyen jellegű attrakciók megtekintése. A férfiak 42%-a, azaz 21 turista, míg a nők 28%-a, azaz 14 természetjáró állította, hogy az ő szemléletük szerint semmilyen jelentőséggel nem bírnak a vallási helyszínek. Az előbbieknél megfelelően nem volt helytálló a feltételezésem, miszerint a gyengébbik nem körében nagyobb népszerűségnek örvendenek a kultikus helyszínek, mivel a kutatásom szerint azonos mértékű érdeklődést mutat mindkét nem. Ugyanakkor szeretném megjegyezni, hogy a férfiak közül többen utasítják el a spirituális helyszíneket.

Korosztályokra lebontva azon válaszadók körét, akik ötös értéket adtak a kérdésre, egyértelműen igazolható a második feltevés. A 22 emberből heten az 56 év feletti korcsoportból kerültek ki, öt-öt turista a 46 és 55 év közötti, illetve a 36 és 45 év közötti kategóriába tartozik. A 18 éven aluliak közül senki sem jelölte meg a legmagasabb számértéket, mindkét kiskorú kitöltő közepesen fontosnak tartotta a szent helyszínek megismerését.

A 7. ábrán szemléltetett kérdés esetében arra kértem a kirándulókat, hogy elvonatkoztatva az aktuális tartózkodási idejüktől, képzeljék el azt, hogy több napra szállnak meg valahol a Pilis-ben, és ennek megfelelően adjanak választ kérdéseimre. A kérdéscsoporton belül különösen nagy hangsúlyt fektettem az Internet-elérhetőség témakörének. Szándékosan tettem fel egy ilyen aktuális témát érintő kérdést, mivel úgy gondolom, hogy a mai fiatalság létszükségletei közé tartozik, hogy a nap bármely szakában csatlakozni tudjanak a világhálóra, míg az idősebbek körében ez semmilyen jelentőséggel nem bír.



7. ábra: Huzamosabb tartózkodás esetén a felsoroltak iránti igény

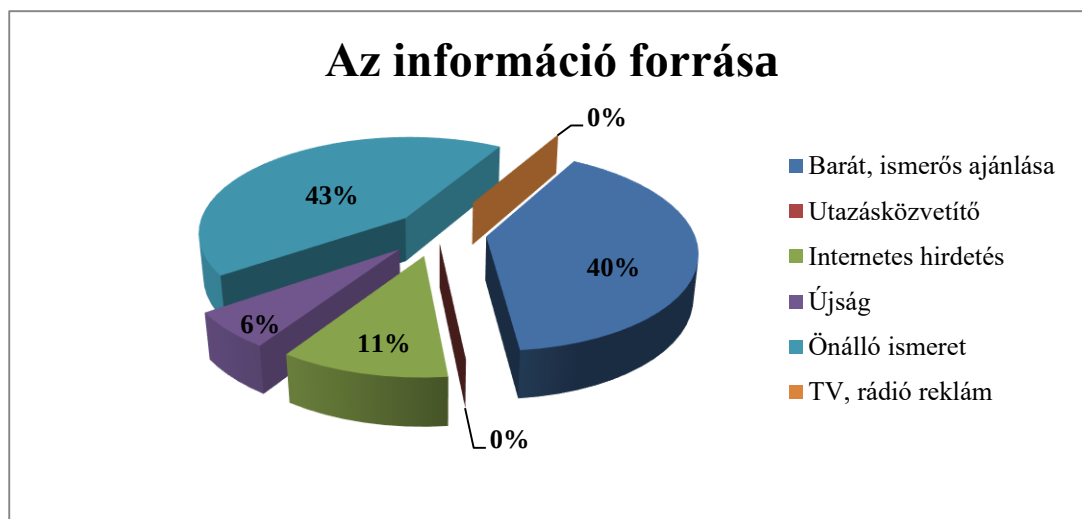
Forrás: Saját szerkesztés

Dolgozatom írása során már számtalanszor említettem, hogy a Pilis-hegység elsősorban az aktív turizmusnak kedvez, illetve azoknak a kikapcsolódni vágyóknak, akik ha rövid ideig is, de a friss levegőn szeretnének tartózkodni. Tökéletesen alátámasztja ezt az állítást a fenti ábra, melyből egyértelműen kiderül, hogy a turisták számára elsődleges szempont egy kirándulás alkalmával a természet közelsége és a tiszta levegő. A kutatás alapján szintén igazolást nyert, hogy a pilisi turisták jellemzően a mozgás iránti nagyfokú igénnyel és a látványosságok iránti érdeklődéssel rendelkeznek. A megkérdezett turisták 74%-a igényt tart arra, hogy a szálláshelyen tájékozódni tudjon a környező túraútvonalakról és a turisztikai attrakciókról. A válaszadók mindössze 12%-a tartotta nagyon fontosnak, hogy a panzió biztosítson vendégei számára szabadidős programkínálatot. Az alacsony érték, és az, hogy 23% abszolút nem igényli ezt a szolgáltatást további erősíti azon elképzelésemet, hogy a térségben megszállók elsősorban azért érkeznek, hogy a szabadidejüket a természetben tölthessék. A wellness szolgáltatásokra irányuló kérdéssel szerettem volna visszaellenőrizni a válaszadó hitelességét arra vonatkozóan, hogy valójában őszinte választ adott-e a panzióban igénybe vehető szolgáltatásokat illetően. Éppen ezért szándékosan megcseréltem a két kérdés sorrendjét, mellyel azt szerettem volna elérni, hogy a válaszadását ne befolyásolja a logikai kapcsolat. Mindent egybevéve alanyaim jól vizsgáztak, mivel csak 16-uknál kiemelkedő fontosságú a wellness részleg megléte, ám annál többen, 36-an mondták azt, hogy nincs igényük ilyen lehetőségre.

Ami az Internet-elérhetőséget illeti, számomra meglepő eredményt hozott a kutatás, mivel a válaszadók csupán 16%-ánál számít alapvető tényezőnek. A két kiskorú körében nem

meglepő, hogy mindketten ötös értéket jelöltek meg, de hasonlóképpen van az eredmény az eggyel idősebb korosztályban, a 19 és 25 év közöttiek körében is. A 23 válaszadó 78%-ának nagyon fontos, míg további 22%-ának fontos az internet. Az igazán meglekítő eredmény az 56 év felett kategóriában alakult ki, ahol a 15 kitöltő 100%-a ötös értékkel jelölte a világháló iránti igényét. Ugyanakkor a látogatók közül 38-an állították, hogy az Internet egyáltalán nem fontos az üdülés időtartama alatt.

Dolgozatom címe és témája a pilisi térség ismertsége Magyarországon és a térség szerepe a hazai turizmusban. A kutatási eredmények feldolgozásának végén ezekre a kérdésekre keresem a választ. A felvetések megválaszolása alapján kiderült (8. ábra), hogy a látogatók többsége önálló ismeretei révén, valamint negyvenen barát vagy ismerős ajánlásának köszönhetően látogattak el a pilisi hegyekbe. Az egyéb marketingkommunikációs csatornák hiányát támasztja alá, hogy egyik látogató sem említette a televíziós- és rádiós reklámokat, illetve senki nem hivatkozott utazásközvetítói ajánlásra. Ugyanakkor az internetes- és az újságokban található hirdetések, ha csekély mértékben is, de szerepet vállalnak a Pilis-hegység nyújtotta lehetőségek népszerűsítésében.



8. ábra: A desztináció kiválasztásának alapja

Forrás: Saját szerkesztés

A térség hazai turizmusban való aktív részvételét jelzi, hogy a válaszadók 36%-a rendszeresen kirándul a Pilis erdeiben, míg 46 turista legalább egyszer már ellátogatott a térségbe. A száz emberből mindössze tizenhárman adták azt a választ, hogy korábban még sohasem jártak a hegységben. Ez az arány nagyjából megegyezik azzal a korábban említett adattal, miszerint tizennégyen új területek megismerése végett keresték fel a Pilist. Szintén kapcsolatba hozhatók az állandó látogatók azzal a 30%-os aránnyal, akik úgy nyilatkoztak, hogy a Pilis-hegység nem túl messze található az otthonuktól.

Ezzel beigazolódní látszik azon hipotézisem, hogy alapvetően a térség vonzáskörzetéből kerülnek ki az állandó látogatók. A hegyvonulat rendkívül közel fekszik a fővároshoz, így a budapestiek számára elsőszámú turisztikai célpont lehet. Mindemellert a Pest megyei települések lakosai is előszeretettel keresik fel a területet kikapcsolódás céljából. Összességében kijelenthető, hogy a Pilis-hegység kellő ismertséggel rendelkezik országhatáron belül és túl, továbbá a belföldi turizmus szempontjából meghatározó szerepet játszik elsősorban a Pilis közeli települések körében.

Problémafeltárás és összegzés

A kérdőíves kutatásom által elsősorban a turisták látogatási szokásait mértem fel, továbbá választ szerettem volna arra kapni, hogy a hazai turizmusban a Pilis-hegység vizsgált területének mekkora szerepe lehet. A felmérésből egyértelműen kiderült, hogy a térség elsősorban a Pest megyei turisztikai keresletében játszik szerepet, az adott válaszok alapján a távolabbi országrészből érkezők aránya meglehetősen alacsony. A természetjárók szokásaira irányuló kérdésekből kiderült, hogy a túrázók döntő többsége az aktív turizmus miatt érkezik a térségbe, ugyanakkor fény derült arra is, hogy a különböző vallási helyszínek iránt – melyekben Dobogókő igencsak bővelkedik – alig érdeklődnek a látogatók.

A korábban megfogalmazott hipotéziseim zöme is beigazolódott, így a fentiekben említett földrajzi elhelyezkedés meghatározó mivolta. A válaszok alapján alátámasztásra került az a feltevés is, miszerint az érdeklődők rendkívül kevés időt töltenek a térségben. A válaszadók elmondása szerint csak pár órát tartózkodnak a hegységben, ami rendkívül alacsonynak mondható. A fentiekben kitértem arra is, hogy a látogatók meghatározó része gépjárművel érkezik, így a gyors távozásnak a fizető parkoló magas árszínvonala is oka lehet. Pozitívumnak mondható, hogy megdőlni látszik az az állításom, miszerint a túrázás iránti szükséglet visszaszorulóban van. Ezt azon turisták magas száma is jelzi, akik bizonyos időközönkénti rendszerességgel érkeznek kirándulni a térségbe. A kutatás eredményei közül az Internet-elérhetőségre vonatkozó adatok a modern világgal szemben egyértelmű pozitív üzenetet hordoznak. A kapott válaszok alapján a természeti környezetben nincsen szükség a felgyorsult hétköznapiakra.

Úgy gondolom, hogy mind Pilisszentkereszt, mind Dobogókő maximálisan kihasználja a természeti adottságait a turizmus szempontjából. Szerintem az alapvető problémát az jelenti, hogy nem megfelelő marketingtevékenység áll a háttérben. A természeti adottságok kiépítettségével nincsen különösebb probléma, de a turisták köre igen korlátozott. Mivel a Pilisben csak túrázni lehet, ezért a szállóvendégek köre nagymértékben szűkül az aktivitást kedvelő turistákra, azonban nincsen semmilyen olyan szolgáltatás a térségben, ami maradásra késztetné a látogatót. A wellness szolgáltatások kínálata teljes mértékben hiányzik a szolgáltatások listájáról, de ennek kiépítése rendkívül költséges lenne, és nem is feltétlenül illene bele a Pilis imázsába.

A térség turizmusának fellendítése érdekében olyan turisztikai attrakciót kellene kialakítani, ami miatt azt gondolja majd a turista, hogy megérné kicsivel több időt tölteni a településen. Ugyanakkor figyelembe kell venni azt is, hogy kisméretű faluról beszélünk, ami önállóan semmiképp sem tudná ezeket a fejlesztéseket finanszírozni, így mindenképpen egy tőkeerős befektető ajánlata szükséges, aminek egyelőre a terület sajnos híján van.

Megfelelő marketingtevékenység esetén a bemutatásra került turisztikai attrakciók révén biztosítottá válhatna Pilisszentkereszt és Dobogókő fenntartható (gazdasági-turisztikai) fejlődése. A fentiekben bemutatásra került fejlesztési tervek megvalósítása esetén a Pilis-hegység kiemelt pozíciójú turisztikai desztinációvá válna, mely az év minden szakaszában vonzaná a turisták tömegét. A felvonultatott turisztikai fejlesztések példáján keresztül egyértelműen látszik, hogy minden változtatásra irányuló projekt hiábavaló, ha nincsen tőkeerős befektető, aki a beruházásokat végrehajtaná. A Dobogókő Fejlesztési Tanulmányterv esetéből okulva különösen nagy figyelmet kell fordítani a lakosság és az utazóközönség felé irányuló kommunikációra, hiszen a helyiek által tanúsított ellenállás megghiúsíthatja az egész tervet megvalósítását.

Köszönetnyilvánítás

Ezúton szeretném köszönetemet kifejezni Dr. Tóthné Igó Zsuzsannának, akitől szakmai irányítást kaptam, ezzel jelentős mértékben járult hozzá kutatásom sikerességéhez.

Irodalomjegyzék

Lengyelné Molnár T. – Tóvári J. (2002): Kutatásmódszertan. Líceum Kiadó, Eger
Puczó L. – Rátz T. (2000): Az attrakciótól az élményig. Geomédia Kiadó, Budapest
Személyes interjú Baranyák Szilvia közjegyzővel