



Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

2021. október

VI. évfolyam III. szám

# Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

## Tartalom

---

**Kaposi Zoltán:**

*A GRÓF HUNYADY CSALÁD SZEREPE A BALATONI TURIZMUS LÉTREJÖTTÉBEN*

---

**Molnár Balázs – Lévai Zsolt:**

*A KÖR NÉGYSZÖGESÍTÉSE: BUDAPEST LEHETŐSÉGEI A KELET-KÖZÉP-EURÓPAI VASÚTI VÁROSLÁTOGATÓ TURIZMUS ESETÉBEN*

---

**Végi Szabina:**

*MAGYARORSZÁG JÁRÁSI SZINTŰ TURISZTIKAI CENTRUMTÉRSÉGEINEK LEHATÁROLÁSA ÉS HAZÁNK KIEMELT TURISZTIKAI TÉRSÉGEIVEL TÖRTÉNŐ ÖSSZEVETÉSE TÉRÖKONOMETRIKAI MÓDSZEREKKEL*

---

**Strack Flórián:**

*MINŐSÍTETT GYÓGYHELYVEL RENDELKEZŐ, ÖTEZERNÉL KISEBB LÉLEKSZÁMÚ TELEPÜLÉSEK EGÉSZSÉGTURIZMUSÁNAK LOKÁLIS HATÁSAI*

---

**Kántor Szilvia:**

*A KULTURÁLIS PROGRAMKÍNÁLAT MEGÍTÉLÉSE A KULTÚRAFOGYASZTÁS TÜKRÉBEN – VIZSGÁLATOK DEBRECEN, GYŐR ÉS VESZPRÉM EGYETEMISTÁI KÖRÉBEN*

---

**Kormányos K. Gyöngyi:**

*A HELYI ÉRTÉKEK IDENTITÁSERŐSÍTŐ ÉS KÖZÖSSÉGÉPÍTŐ SZEREPE A VAJDASÁGI TISZA MENTÉN*

---

**Muhi B. Béla – Jelena Vemić Đurković:**

*OKOS VÁROS MEGOLDÁSOK MINT VÁROSMARKETING ÉS VÁROSMÁRKÁZÁS ESZKÖZÖK – ÚJVIDÉK ESETTANULMÁNYA*

---

**Łukasz Szał – Weronika Terlecka – Alina Zajadacz – Aleksandra Minkwitz – Anna Lubarska:**

*ASSESSMENT OF THE ADAPTATION OF TOURISM SUPPLY OF CULTURAL HERITAGE OBJECTS – FOR THE ELDERLY IN THE CONTEXT ACCESSIBLE TOURISM. CASE STUDIES FROM POLAND*

## FOLYÓIRATUNKKAL KAPCSOLATOS FONTOS INFORMÁCIÓK

1. Folyóiratunk lektorált folyóirat. Valamennyi közlésre benyújtott tanulmányt két, PhD vagy DSc fokozattal rendelkező kollégával lektoráltat a Szerkesztőbizottság. A tanulmányok csak támogató, pozitív lektori vélemények esetén kerülnek publikálásra. A lektorálás ún. dupla vak lektorálás!

2. Folyóiratunkat az alábbi hazai szakirodalmi adatbázisok referálják:

- MATARKA (Magyar folyóiratok tartalomjegyzékeinek kereshető adatbázisa)
- EPA (Elektronikus Periodika Archívum és Adatbázis)

3. Folyóiratunkat az alábbi nemzetközi adatbázisok referálják:



EBSCO



4. Folyóiratunk korábbi számai elektronikus formában, teljes terjedelemben az alábbi helyeken érhetők el:

- <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/>
- <https://pea.lib.pte.hu/handle/pea/23501/>

5. Folyóiratunk az idei évtől az OJS rendszerét használja, ahol a korábbi számok is elérhetők:

- <https://journals.lib.pte.hu/index.php/tvt/issue/archive>

6. Folyóiratunk évente négyszer jelenik meg, az alábbi időpontokban:

- adott évi első szám: március
- adott évi második szám: június
- adott évi harmadik szám: október
- adott évi negyedik szám: december

## IMPRESSZUM

### Szerkesztőbizottság elnöke

**Dr. Aubert Antal** – PTE TTK Földrajzi és Földtudományi Intézet, egyetemi tanár

### Főszerkesztő

**Dr. Gonda Tibor** – PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, egyetemi adjunktus

### Szerkesztőbizottság tagjai

- Dr. Bujdosó Zoltán** – EKE Gyöngyösi Károly Róbert Campus, megbízott főigazgató, főiskolai tanár  
**Dr. Csapó János** – PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, habilitált egyetemi docens  
**Dr. Dombay István** – BBTE Földrajz Kar Kihelyezett Tagozatok Intézete, intézetigazgató,  
Gyergyószentmiklósi Tagozat, tagozat igazgató, egyetemi docens  
**Dr. Gačnik, Aleš** – Primorska Egyetem Gasztronómiai és Borkultúra központjának vezetője, egyetemi adjunktus  
**Dr. Herntrei, Marcus** – Deggendorf Műszaki Főiskola, egyetemi tanár  
**Dr. Hinek Mátyás** – MET HFTGK Turizmus, Szabadidő és Szálloda Intézet, intézetvezető, főiskolai tanár  
**Dr. Ivanov, Stanislav** – Várnai Menedzsment Egyetem, rektorhelyettes  
**Dr. Jarjabka Ákos** - PTE KTK Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet, intézetigazgató, egyetemi docens  
**Dr. Kaposi Zoltán** – PTE KTK, Marketing és Turizmus Intézet, intézetigazgató, egyetemi tanár  
**Dr. Karancsi Zoltán** – SZTE JGYPK Alkalmazott Természettudományi Intézet, tanszékvezető, egyetemi docens  
**Dr. Kerekes Kinga** – Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Magyar Intézet, egyetemi docens  
**Dr. Kiss Róbert** – I-Shou University International College International Tourism & Hospitality Department, egyetemi adjunktus  
**Dr. Koltai Zoltán** – PTE KPVK Élelmiszergazdasági és Vidékfejlesztési Intézet, tanszékvezető, habilitált egyetemi docens  
**Dr. Konu, Henna** – Kelet-Finnországi Egyetem, Társadalomtudományi és Üzleti Tanulmányok Kar, adjunktus  
**Dr. Marton Gergely** – PTE TTK Sporttudományi és Testnevelési Intézet, egyetemi adjunktus  
**Mókusné Dr. Pálfi Andrea** – Györköny község önkormányzata, turisztikai referens  
**Dr. Pap Norbert** – PTE TTK Földrajzi és Földtudományi Intézet, tanszékvezető, egyetemi tanár  
**Dr. Pinke-Sziva Ivett** – BCE GTK Marketing és Média Intézet, egyetemi docens  
**Dr. Piskóti István** - ME GTK Marketing és Turizmus Intézet, intézetigazgató, tanszékvezető, egyetemi tanár  
**Dr. Póla Péter** – MTA KRTK Regionális Kutatások Intézete, tudományos munkatárs  
**Dr. Raffay Ágnes Nóra** – PE GTK Turizmus Intézeti Tanszék, egyetemi docens  
**Dr. Raffay Zoltán** – PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, habilitált egyetemi docens  
**Dr. Rátz Tamara** – KJE Turizmus Tanszék, tanszékvezető, főiskolai tanár  
**Dr. Slavić, Agneš** – Újvidéki Egyetem, Közgazdasági Kar Szabadka, Menedzsment Tanszék, egyetemi tanár  
**Dr. Töröcsik Mária** – PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, egyetemi tanár  
**Dr. Zajadacz, Alina** – Adam Mickiewicz Egyetem Földrajzi és Geológia Tudományok Kara Idegenforgalmi és Rekreációs Tanszék, egyetemi tanár

### Technikai szerkesztő

**Dán Andrea** – PTE KTK, hallgató

Folyóirat neve: Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

**Kiadó: CampInvest Kft.**

**Székhely cím: 7677, Orfű, Dollár u. 1.**

**Telephely cím: 7625, Pécs, Vince u. 9/2.**

**ISSN 2677-0431 (Nyomtatott)**

**ISSN 2498-6984 (Online)**

**DOI prefix: 10.15170**

**E-mail cím: szerkesztoseg@turisztikaitanulmanyok.hu**

**Online elérhetőség: www.turisztikaitanulmanyok.h**

## Tartalomjegyzék

<b>Kaposi Zoltán:</b> A gróf Hunyady család szerepe a balatoni turizmus létrejöttében.....	4
<b>Molnár Balázs – Lévai Zsolt:</b> A kör négyszögesítése: Budapest lehetőségei a kelet-közép-európai vasúti városlátogató turizmus esetében .....	27
<b>Végi Szabina:</b> Magyarország járási szintű turisztikai centrumtérsegeinek lehatárolása és hazánk kiemelt turisztikai térségeivel történő összevetése térökonometriai módszerekkel.....	44
<b>Strack Flórián:</b> Minősített gyógyhellyel rendelkező, ötezernél kisebb lélekszámú települések egészségturizmusának lokális hatásai .....	59
<b>Kántor Szilvia:</b> A kulturális programkínálat megítélése a kultúrafogyasztás tükrében – Vizsgálatok Debrecen, Győr és Veszprém egyetemistái körében.....	76
<b>Kormányos K. Gyöngyi:</b> A helyi értékek identitáserősítő és közösségépítő szerepe a vajdasági Tisza mentén .....	92
<b>Muhi B. Béla – Jelena Vemić Đurković:</b> Okos város megoldások mint városmarketing és városmárkázás eszközök – Újvidék esettanulmánya.....	109
<b>Lukasz Szal – Weronika Terlecka – Alina Zajadacz – Aleksandra Minkwitz – Anna Lubarska:</b> Assessment of the adaptation of tourism supply of cultural heritage objects for the elderly in the context of accessible tourism. Case studies from Poland.....	124
Felhívás .....	138

## A GRÓF HUNYADY CSALÁD SZEREPE A BALATONI TURIZMUS LÉTREJÖTTÉBEN

*Kaposi Zoltán*

*Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet*

*MTA doktora, intézeti igazgató, egyetemi tanár; kaposi.zoltan@tkk.pte.hu*

*DOI: 10.15170/TVT.2021.06.03.01*

### **Absztrakt**

A dél-balatoni fürdőélet fejlődése az 1880-as években kezdődött meg. A Balaton magas vízszintje, a tó melletti hatalmas mocsarak sokáig akadályozták a turizmus nekilendülését. A vasút kiépítése (1861) és a Sió-zsilip átadása (1863) alkalmat adott az előrelépésre. A térség fürdőéletének fejlődésében nagy szerepe volt a part menti vidék nagybirtokosainak. A tanulmányban a kezdeteket kutatjuk. A kéthelyi és balatonszemesi uradalom földesura, gróf Hunyady Imre volt az első, aki Balatonberényben nyaralót épített, s mellette szép parkot alakított ki. Hunyady gróf aktív szerepet játszott Berény és Szemes fejlesztésében. A part menti területeket parcelláztatta, hogy azokon villákat lehessen építeni. Balatonberényben saját gőzhajójának kikötőt épített, s a hajót fizetős kirándulásokra használták. A közvetlen parti területet fásította. Törekvései eredményeképpen két évtized alatt a falvakban jelentős fürdőtelep jött létre, amelyben sokan láttak vállalkozási lehetőséget. A part menti sávra szállodák, vendéglők, panziók épültek. A vendégek zöme Budapestről, Marcaliból, Nagykanizsáról érkezett. A falusi parasztság számára új jövedelemszerzési lehetőség volt a fizetővendéglátás. A turizmus fellendüléséhez szükség volt az ellátás biztosítására. A gróf uradalmainak kertészete szállította a zöldségféléket, gyümölcsöket, az uradalmi mézszárszékről került ki a hús, s a borellátás is a gróf Baglas-hegyi pincészetéből valósult meg. Nagy előrelépés volt a polgári fürdőegyesületek megalakulása, a 20. század elején már ezek látták el a települések gondozását.

*Kulcsszavak: Balaton, uradalom, turizmus, Hunyady Imre, fejlődés*

## **Abstract**

Lakeside tourism on the southern shore of Lake Balaton came to life in the 1880s. High water levels of Lake Balaton and swamps near the lake have prohibited the growth of tourism. The construction of the railway (1861) and the Sió flood gate (1863) gave opportunities for a step forward. Large estate owners around the southern shores played a major role in the development of tourism. In this study we examine the beginnings. Count Imre Hunyady, owner of the estate of Kéthely and Balatonszemes was the first one who built a summer house in Balatonberény and a nice park next to it. Count Hunyady played an active role in the development of Berény and Szemes too. He subdivided the lands on the shores in order to have villas built on them. He also had a port constructed for his own steam boat in Balatonberény and it was used as an excursion ship to attract paying customers. He also had trees planted on the shores. As a result of his efforts a significant resort came to life in the villages in just two decades which attracted many entrepreneurs. Hotels, inns, restaurants and pensions were built on the shores. Most of the customers arrived from Budapest, Marcali and Nagykanizsa. For the rural peasant communities hosting guests was a new source of income. The development of tourism required more supplies. Vegetable farms belonging to the Count's estates supplied fruits and vegetables, the butchery of the estate provided the meat and wine came from the vineries of the Count too. A great step ahead was the foundation of civil bathing associations which managed these settlements in the beginning of the twentieth century.

*Keywords: Balaton, manor, tourism, Imre Hunyady, development*

## 1. Bevezetés: A fürdőélet fejlődése Magyarországon

„Nincs a kerek földnek még egy olyan országa, melynek buja termékenysége, természeti kincsekben való gazdagsága vetekedhetnék Magyarországéval.” Ezekkel a romantikus sorokkal indul az 1911-ben kiadott Magyar Fürdő-Kalauz, amelyben a szerkesztő-szerző, Erdős József tételesen felsorolja és bemutatja a világháború előtti években működő legjelentősebb magyar fürdőket és gyógyhelyeket. A szerző a hazai fürdőket dicsérve megállapította róluk, hogy adottságaikban felveszik a versenyt a nyugati fürdőkkel. Érezve a helyzet fonákságát, rámutatott egy fontos problémára is: „Hogy Magyarország ennyi kedvező körülmény ellenére még mindig nem első fürdőországa Európának, annak oka elsősorban az a végzetes előítélet, melylyel a tehetős magyar fürdőközönség, egy teljesen indokolatlan és félszeg divatáramlatnak hódolva, a külföldi fürdők látogatásához ragaszkodik”. (ERDŐS 1911:3-4) A fürdőkalauz szerzője úgy látta, hogy erősebb felvilágosító propagandával e nehézségek leküzdhetők. Véleményének háttérét az adhatta, hogy a 19. század vége felé egyre-másra nyíltak a hazai fürdőhelyek, új szokások jöttek divatba, s néhány térség esetében gyors fejlődés ment végbe.

Mivel a Habsburg Birodalom keretébe ágyazódó Magyarország jövedelemtermelő teljesítménye messze elmaradt Ausztriától, ezért olyan jelentős vásárlóerővel bíró polgári középréteg, mint Nyugaton, nem alakulhatott ki. Nem véletlen, hogy országunkban a fent jelzett folyamatok csak visszafogottan mentek végbe. Ausztriában időben előbb és méretben jóval nagyobb fürdőrendszer alakult ki, mint Magyarországon; Karlsbad, Bad Ischl, Bad Gastein stb. a Monarchia és Németország elitjeinek fürdői voltak, de kétségtelen, hogy az ausztriai és csehországi fürdőket magyar arisztokraták, ipari- és kereskedelmi nagyvállalkozók, magas politikai állásokat betöltők is gyakran látogatták. (KÓSA 1999:175-177)

Magyarországon a török kor után az első fürdők a nagyobb és ismert gyógyforrások mellett már a 18. század második felében létrejöttek, de ezeknek akkor még nem volt nagy hatásuk. A 19. században meginduló gazdasági növekedés, a javuló létkörülmények, s a természetről való gondolkodás változása révén azonban már nálunk is egyre több fürdő, gyógyfürdő jöhetett létre. A gyorsan emelkedő társadalmi igények, a külföldi példák utánzása nagy szerepet játszott a hazai fürdőkultúra fejlődésében. Még az olyan, relatíve elmaradott területeken, mint amilyen a Dél-Dunántúl volt, jelentős erőfeszítések történtek fürdők kialakítására. A Zala megyéhez tartozó Balatonfüred forgalma az 1830-as évektől lendült föl, amikor a térségben élő középbirtokosok, vármegyei tisztségviselők, politikusok stb. egyre nagyobb számban jelentek meg a településen. (HUDI 1989:120, 1989:131, BALÁZS-KOVÁCS 2013:214) A Horváth- és Tallián-házak mellett egyre több épületet emeltek, létrehozták a kikötőt, árvízvédelmi töltést építettek, parti sétányt és sétateret hoztak létre, nagyvendéglőt stb. adtak át, amelyek révén a település gyors fejlődésének indult. De említhetjük Harkányfürdő esetét is: a siklói uradalomhoz tartozó Harkányban a mocsarakkal teli térség lecsapolása közben, 1823–24-ben fedezték föl azt a gyógyvizet, amelyre ráépülhetett egy hosszú távú fejlesztési program. Batthyány Antal gróf 55 hold területet jelölt ki a fürdő kialakítására. (PATKOVICS 1846:162) Az első év végére felhúzták a fürdőépületet; 1828-ra pedig már 28 szobás szállóval is rendelkezett a földesúr. (SZITA 1973)

A Kiegyezés után gyorsan szaporodtak a hazai fürdőhelyek. Földrajzilag szemlélve a fürdők terjedését, nagy szerepe volt a Magyarországhoz tartozó tengerparton Abbáziának és Crikvenicának, mindkét fürdő egyedi szubalpin klímája vonzotta a gazdagabb, főleg arisztokrata vendégeket. 1873 után, amikor megnyílt a Buda–Fiume vasútvonal, már viszonylag könnyen elérhető volt az Adria. A tóparti lehetőségek a Fertő tó és az erdélyi Medve tó partján is nagy turisztikai vonzerővel bírtak (a Balatonról külön szólunk majd). E korszakban nyíltak meg a magaslati üdülőhelyek, amelyek közül kiemelkedtek a Magas-Tátra fürdői. Tipikus nagyvárosi vonássá vált a fürdő: a leghíresebbek Budapesten, Nagyváradon és Pozsonyban

nyíltak, de az 1860–70-as évektől már a hazai középvárosokban is megjelentek a közfürdők. Pécsen 1858-ban Engel Adolf vállalkozó a Balokányban uszodát épített, amit a katonaság és a polgárság is használhatott. (VARGA 2021:59-60) E fontosabb típusok között sokszor hatalmas minőségi különbségek voltak. A 19–20. század fordulójára a mintegy 200 hazai fürdőhely kialakulása egyértelműen jelzi a társadalmi igények szélesedését. (ERDŐS 1911) A hazai fürdőlátogatók száma gyorsan emelkedett: 1900-ban 165.422, 1905-ben már 226.153 főt regisztráltak. (MSÉ 1900, 1905)

## 2. A dél-balatoni térség átalakítása a 19. század második felében

Közismert, hogy a Balaton térsége az 1860-as évek előtt egészen más formát mutatott, mint a mai időkben. A Somogy megyei oldalon a néhány helyen meglévő magasabb partfalat leszámítva a Balaton partja szinte teljesen szabályozatlan volt. A part mentén homokturzások alakultak ki, amelyeket a víz sokszor átjárt. (SZAPLONCZAY 1914:21) Korabeli térképek tanúsága szerint a Nagyberék és a Kis-Balaton sokáig nem vált el a tó többi részétől; a Balatonnak nem volt természetes lefolyása, ezért a parttól délre lévő területeken hatalmas mocsarak, lápok képződtek. Egy-egy nagyobb szárazság során a mocsarakban zsombékos szigetek képződtek, de voltak olyan időszakok is, amikor ezek a kiemelkedések több évre is száraz szigetek maradtak. Nem véletlen, hogy a földtulajdonosok által igényelve, de az állam által is felismerve már a 18. század közepétől születtek javaslatok a tó vízszintjének csökkentésére. (HALÁSZ 2010) Elkészültek az első nagy tervek a beavatkozásra, amelynek meghatározó motívuma a Sió, mint természetes levezető csatorna kiépítése, valamint a Sióhoz kapcsolódó egyéb folyók, patakok (Kapos, Koppány stb.) szabályozása volt. (VIRÁG 2005:222-258) Az 1820-as években megkezdték a térség vízszabályozását. Az 1827. évi részletes területfelmérés során a Balaton somogyi oldalán 39.561 kat. hold vizes területet, berket, bozótot mértek fel, s ebből 5500 hold tartozott a témánk szempontjából kiemelt fontosságú gróf Hunyady család uradalmához. (VIRÁG 2005:239-242) A lecsapolások révén óriási területek kerültek szárazra, amelyeket döntően állattartásra lehetett hasznosítani.

A balatoni térség átalakításához az 1850-es évek világgazdasági konjunktúrája idején a hazai vasútfejlesztés adta az újabb lökést. A Rothschild érdekeltségű Déli Vasút Társaság fejlesztései során viszonylag gyorsan megépítette a Buda–Nagykanizsa–Pragerhof vasútvonalat, amellyel közvetlenül tudott rácsatlakozni a Bécs–Trieszt vonalra, s így jelentős külkereskedelmi forgalmazásra nyílt lehetőség. (KAPOSI 2014:221) A vonal a Balaton déli partján haladt, a korábbi országút nyomvonalában. 1858–61 között zajlott az építkezés, amihez töltésepítés és parterősítés is kellett. A következő pár év kedvezőtlen természeti folyamatai, a jeges árvizek azonban sok helyen megrongálták a vasúti felépítményt, ezért lépéseket kellett tenni a százéves projekt, a vízszintcsökkentés érdekében. Végül is 1863-ban átadták a Sió-zsilipet, amellyel lehetővé vált a Balaton vízszintjének szabályozása, a fölös víz leengedése, ugyanakkor megkezdődhetett a szárazra került területek hasznosítása. (BARANYAI 1959:340, KÁROLYI 1973:262-263)

A vízszint csökkentésével a Nagyberék és Kis-Balaton térségének adottságai is megváltoztak: a nagyon alacsonyan fekvő, a Balaton által rendszeresen elöntött délnyugati partvidéken is egyre több új területhez jutottak hozzá a földtulajdonosok. Mindez persze nem jelentette a folyamat végét, hiszen a Balatontól most elválasztott berkek kezelése továbbra is óriási feladat maradt. Erre hozták létre 1864-ben a Balaton keleti bozót-lecsapoló és a Balaton nyugati bozót-lecsapoló társulatot. (SZAPLONCZAY 1914:28-29) Hosszú időbe telt, amíg sikerült a tó vízszintjének beállítása; ha túl sok vizet engedtek le, akkor valóságos homoksivatagok keletkeztek a déli parton, amelyek már sokszor a tulajdonosok érdekeit is sértették; máskor meg a tó a magas vízszintje miatt jelentős területeket öntött el, amivel akadályozta a mezőgazdasági munkákat. Mivel a dél-balatoni földek jelentős része a nagybirtokosok tulajdonában volt, ezért

nagyobb méretű tájtalakítás, lecsapolás, vagy az ezt követő fürdőfejlesztés csakis általuk történhet.

### **3. A földtulajdon és a földhasználat változásai**

Fontos kérdés volt persze, hogy kié is egy adott terület, s a földekhez milyen hasznosítási jogok kapcsolódnak. A polgári forradalom előtt egyszerű volt a helyzet: a Balaton mellett lévő földek teljes egészében világi vagy egyházi földesurak tulajdonában voltak, s a tóra dülő földesúri birtok a tó vizének feléig is jogilag hozzájuk tartozott. E földeken bármiféle változtatást csakis a földesurak engedélyével lehetett végezni, a kezdeményezők is maguk a tulajdonosok voltak. A dél-balatoni falvak döntő többsége néhány nagyobb uradalom részét képezte. Szentgyörgy és Keresztúr a keszthelyi Festetics uradalomhoz, Berény, Újlak, Szemes és Szárszó a kéthelyi Hunyady-uradalomhoz; Földvár a Széchényiekhez; Orda, Csehi, illetve Lelle fele a szőlősgyőröki Jankovich-birtokhoz; Fonyód a Lengyeltóti központú, előbb Inkey, később Zichy-uradalomhoz tartozott. A Szántódtól keletre lévő települések pedig a Veszprémi Püspökség, a Káptalan és a Tihanyi Apátság birtokai voltak. (MNL SML IV. 1.h. 39. Ö. 282-283.) A nagybirtokok sorát csak néhol szakította meg egy-egy középirtok, így például Boglár több középirtokosé (Bárány-, Körmendy-, később a Gaál-család), Lelle egy része a Szalay családé volt. Ez egyben azt is jelentette, hogy a dél-balatoni falvak hatalmas, sokszor 100 ezer holdnál is nagyobb uradalmi komplexumokba illeszkedtek be. (KAPOSI 2019:12)

848 után azonban részben megváltozott a helyzet. Az áprilisi törvények révén a korábbi úrbéres földeket (belső házhely, szántó, rét) kiemelték a tradicionális nagybirtokból, s ezek a földek a továbbiakban önálló polgári tulajdont képeztek; e földekhez az 1850–60-as években a közös földek szétválasztása után jelentős legelő- és erdőtulajdon is hozzáadódott. A szőlőjogokat is rendezték, s a parasztnak (polgároknak) már tulajdon szőlőjük is lehetett. (KAPOSI 2002:165) Mindez azt jelentette, hogy az 1870-es évektől már két tulajdonosi kör volt érdekelt a belvíztelenítésben: a régi földesurak, akik továbbra is hatalmas méretű földekkel rendelkeztek, illetve a falvakban élő parasztnak, paraszti közösségek vagy más polgárok. Az egyházi és hitbizományi földeket leszámítva bárki bármilyen földet értékesíthetett vagy vásárolhatott. A gazdasági erő persze továbbra is a földesuraknál volt, a nagybirtokosok földjeik méretéből következően más lehetőségekkel rendelkeztek, mint a helyi falusi népesség.

### **4. A gróf Hunyady család, mint földtulajdonos**

Közismert a balatoni fürdőélet kutatói számára az a megállapítás, miszerint a déli parton az első állandó nyaralóépületet gróf Hunyady Imre, a kéthelyi uradalom tulajdonosa építette 1881–82-ben. Jogos lehet a kérdés: ki is ez a Hunyady gróf, s tevékenysége milyen hatást gyakorolt a környező településekre?

A Felső-Magyarországról származó Hunyady-család a 18. század derekán szerezte meg Somogy megyei birtokait. A négy birtokkerületből (Kéthely, Faluszemes, Somogyszil, Hosszúfalu) álló hatalmas méretű uradalom a 19. század elején 62.250 holdat tett ki. (MNL SML IV. 1.h. 39. Ö. 282-283.) A família nagyjából hasonló méretű birtokkal rendelkezett északon, Ürményben is, s ezen kívül voltak még Heves megyében is kisebb földjeik. (T. MÉREY 2012:16) A Somogy megyei birtokközpont Kéthelyre került, amely később a család nevében nemesi előnévként is megjelent. A családi kastélyt a Kéthely melletti Sári pusztán építették föl az 1780-as években. A barokk stílusú, U-alakú kastély ma is áll; meglehetősen leromlott állapotban szociális otthonként funkcionál. A gróf Hunyady-birtok az 1840-es években két részre szakadt. Az akkori két tulajdonostestvér közül Hunyady Ferenc az osztózásnál neki jutott déli birtokokat 1844-ben eladta a bécsi bankár Sina Györgynek. (KAPOSI 2019:28) A grófi birtokok északi részei, Kéthely és a Balaton déli partjának közepén

fekvő Faluszemes (ma Balatonszemes) viszont a család kezében maradt. Ezek együttes terjedelme 1893-ban 30.781 holdat tett ki. (GAZDACÍMTÁR 1893)

A fürdőturizmus megteremtésében nagy szerepet játszó Hunyady Imre gróf 1827-ben született Bécsben. Neveltetése a korban megszokott arisztokrata minták szerint zajlott, amelynek a királyi udvar iránti hűség meghatározó eleme volt. A több nyelven beszélő, művelt, Nyugat-Európát megjárt gróf számára a katonai pálya magától értetődő volt: a karrier során alezredesi rangig jutott, s egyben a király egyik szárnysegédje lett. Felesége radványi gróf Győry Felicie (1842–1913) csillagkeresztes és palotahölgy volt. Hunyady gróf pályafutását végig kísérték a különböző magas rangú kitüntetések. 1858-ban kapta a császári és királyi kamarás címet, majd később „*Ő Felsége Valóságos Belső Titkos Tanácsosa*.” lett. A gróf tagja volt a főrendi háznak. Bensőséges körökben csak „*sportsman*”-nek nevezték, amit főleg a hazai lótenyésztés fejlesztésében játszott szerepével érdemelt ki, hiszen hosszú éveken át a Magyar Lovaregylet tagja és versenystálló tulajdonos is volt. A Hunyadyak vonzódása a lótenyésztéshez és a lovassporthoz régi keletű: 1814–1821 között Ürményben ők rendezték Közép-Európa első lóversenyeit. (Ma is rendeznek gróf Hunyady József emlékversenyt, sőt Batthyány-Hunyady-díj is létezik.) A gróf tagja volt az OMGE igazgatóságának. (VV 1902. 06. 11.) Hunyady Imre 1902. június 8-án hunyt el, családtagjaihoz hasonlóan a mesztegnyői templom alatti családi sírboltban helyezték örök nyugalomra. (BV 1902. 06. 15.) Két fia és két lánya közül József (1873–1942) vitte tovább a Somogy megyei birtokokat. József gróf szenvedélye a vitorlázás volt, 1912-ben a balatonszemesi Balatoni Yacht Club is az ő kezdeményezésére alakult. József gróf sokáig a balatoni térség egyik legnagyobb bortermelője volt.

## 5. Birtokgazdálkodás és a balatonberényi fürdőfejlesztés

A Hunyady-birtokok neve az idők során egybeolvadt a jól kezelt, modern agrárnagyüzem fogalmával. A fejlesztések fontos eleme volt a tájátalakítás. Még a nagy lecsapolások megindulása előtt a Hunyadyak már jelentős területátalakítást végeztek. Az 1840–50-es években a kéthelyi uradalom Marót pusztáján 800 hold haszontalan erdőt irtottak ki, ugyanakkor 300 hold vizes bozótot szüntettek meg. Mesztegnyőn 600 hold erdő mellett 200 hold vizes bozótot tüntettek el, utóbbiból rét és legelő lett. A kéthelyi és a sári gazdaságoknál 3000 hold vizes bozótból a lecsapolás által 1855-ig már egyharmadában marhalegeltetésre alkalmas száraz terület lett. (GALGÓCZY 1855:382) De legalább ennyire fontos volt a modern technikák alkalmazása is, hiszen ebben a korszakban a gazdasági-üzemi előrelépéshez a termelékenység javítására volt szükség. Az 1850-es évek első felében már belga és Zugmayer ekéket használtak. A szántóföldi gazdálkodásban vetésforgót alkalmaztak, a földek nagy részét trágyázták. A ma is közismert Baglas-hegyen jó minőségű szőlőtermelést folytattak, s a bort magas áron tudták értékesíteni. 1855-ben 10.000 darab juhot és 600 szarvasmarhát tartottak, utóbbiak között 25 darab svájci tehén is volt (tejtermelés). Marót pusztán 1855-ben már gőzerővel működő szeszgyárak is voltak. (GALGÓCZY 1855:383)

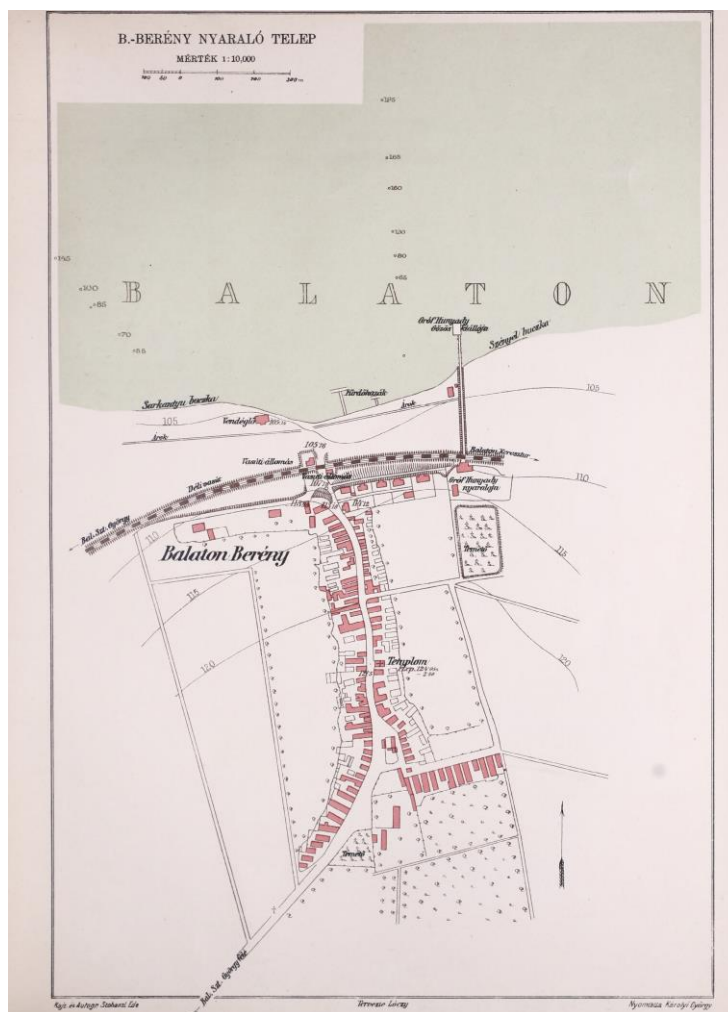
A kéthelyi minőségi gazdaság híre messzire elért. A 19–20. század fordulója környéki adatok is azt mutatják, hogy a Hunyady-birtok az 1880-a évek közepéig tartó agrárkonjunktúra, majd az azt követő tíz éves recesszió alatt és után is a jobb nagyüzemek közé tartozott, amely ugyanakkor jelentős jövedelmet hozott tulajdonosának. 1895-ben a kéthelyi uradalomban 479 cselédet foglalkoztattak. A gazdaság gőzgépekkel, cséplőszekrényekkel, járgányokkal volt felszerelve; 18 vetőgépet, 233 ekét használtak. Szecska-vágók, boronák, hengerek segítettek a művelésben, nem is beszélve a 120 igás szekérről. Kiterjedt állattartás folytattak: 1652 szarvasmarhát, 152 lovat, 2357 sertést és 4966 juhot tartottak. A kéthelyi és a mesztegnyői gazdaságot saját kezelésben tartották, míg a balatonszemesit bérbe adták. (GAZDACÍMTÁR 1895:106-107) A világháború előtti időszakban még szélesebbé vált az agrárnagyüzem termelése: megjelentek az intenzív művelés újabb elemei: a hagyományos agrártermékek

mellett már 580 holdon termeltek cukorrépát, 100-100 holdon dohányt és cikóriát, 10 holdon pedig cirokot. A lóállomány fele hidegvérű, másik fele angol telivér volt; országos hírvű volt ugyanakkor a 109 darabos ménesük. A szarvasmarhaállományban 180 berni tehén is volt, (UJVÁRY 1914:321-322) amellyel számos vásári és kiállítási díjat nyertek. (Lásd: KT számait) A napi 1200 liter tejet vasúton szállították Budapestre. Magas minőségű volt 4500 darabos merinói juhállomány is. A balatoni halászatot bérbe adták. Az uradalomnak jelentős borászata volt, ahol a filoxéra utáni szőlőkből készítettek bort. Szinte már angliai nagybirtokokat idéz az is, hogy több iparvállalat is megjelent az uradalomban: volt egy vízimalom, egy gőzmalom, évi 1.5 millió darab téglá kapacitású téglagyár, s emeljük még ki a tőzeg kiaknázásához használt 8 LE teljesítményű Dobbery-féle prèssel bíró gépet. Mindez egy jól működő agárnagyüzemet mutat. (UJVÁRY 1914:321-322)

Ezek után talán már nem is tűnik meglepetésnek, hogy Hunyady gróf hamar felismerte a fürdőélet fejlesztésében rejlő jövedelemszerzés lehetőségét. A kéthelyi uradalom északi részén, a tó partján feküdt Balatonberény, ahol a grófnak 2830, mellette Balatonújlakon 459 holdas birtoka volt. (GAZDACÍMTÁR 1893) Itt indította meg a turisztikai célú fejlesztéseit. Kétségtelen, hogy a Balaton parti településeken, így Berényben is az 1880-as évek körül nyaranta néhány fürdőző már megjelent, akik főleg Budapestről, Nagykanizsáról és Székesfehérvárról érkeztek. A balatoni nagybirtokosok közül Hunyady Imre volt az első, aki 1881–82-ben kényelmes és ízléses nyaralót épített. Ez a földesúri nyaraló Balatonberényben, a parttól mintegy 150 méterre, de már a vasúttól délre húzódó löszös dombhátra került. Szakirodalmi adatok szerint ezt évet tekinthetjük a berényi fürdőhely alapító évének. (LUKÁCS 1942:287) Hunyady Imre ugyanakkor jó példát is mutatott: családjával, népes rokonságával hosszú éveken át ott töltötte a nyarakat. A nyaraló mellé parkot alakítottak ki, amelynek nyomait még ma is lehet látni.

Hunyady gróf nemcsak nyaralót épített, hanem kezdeményezője volt a gőzhajózásnak is. A nyaralójától északi irányban, át a vasúton, egy nyílegyenes út vezetett le a partra, ahol egy hosszú mólót épített azért, hogy saját tulajdonú kis gőzhajója kiköthessen. Ezen a gőzhajón nemcsak ő és családja, hanem a fürdővendégek is tehettek kirándulásokat. Abban az időben félórás hajókázással Keszthelyt vagy Szigligetet el lehetett érni, de egy egyórás úttal már a badacsonyi bortermelők borait is fogyaszthatták a vendégek. Hunyady gróf gőzhajója a későbbiekben a Balatontavi Gőzhajózási Részvénytársaság tulajdonába került, s Rohan néven teljesített szolgálatot. Majd amikor a társaság tulajdonában 1900-ban már ott volt a Helen, a Kelén és a Helka, akkor a Halászatnak adták el a hajót. A balatonberényi gőzhajókikötőt a későbbiekben elhordták, de a helye az 1940-es években még látható volt. (LUKÁCS 1942:287) A fejlesztések harmadik lépése a balatonberényi fürdőtelep kiépítése volt. Ennek érdekében a gróf a saját nyaralója melletti dombon lévő földeket parcelláztatta, hogy ott villák, nyaralók épülhessenek. Mindez egyáltalán nem utal a korban meglévő „*Kastgeist*” szellemiségére: a földesúri nyaraló és a falu Fő utcája közti kelet-nyugat irányú „*utcaban*” alig egy évtized alatt már több villát felépítettek: 1896-ban már bizonyíthatóan állt hat villa. (SZAPLONCZAY 1896:14) Az alábbi Bolemann-térképen is jól látható, hogy 1900-ra már előrehaladt a villaépítés.

### 1. ábra. B-Berény nyaraló telep.



Forrás: BOLEMANN 1900.

A nyaralóépületek iránti kereslet gyorsan nőtt, ami további fejlesztéseket igényelt. Az 1890-es években építették föl a Magyar Tenger Szállodát, amely a part és a vasút közti területre került (helyén a később OKISZ-üdülő, ma Beach-Hotel van).

### 2. ábra. A Balaton parti Magyar Tenger Szálloda



Forrás: [https://mandadb.hu/tetel/51223/Balatonbereny\\_furdo](https://mandadb.hu/tetel/51223/Balatonbereny_furdo)

A szállodában kilenc szoba és három vendéglői helyiség volt. A szálloda egy korabeli, kicsit fricskázó sajtócikk szerint egy gabonamagtárszerű épület volt, s közvetlenül a vízparton állt, előtte csónakkal is ki lehetett kötni. Hogy csökkentsék a természeti veszélyeket, a partszegély homokos földjét igyekezett nyár- és fűzfaultetéssel megkötni. A szálloda és a falu közötti terület jó néhány évig még libalegelő (ahogyan akkor mondták: zsibagyöp vagy zsibalegelő) maradt. (BV 1902. 08. 10.)

E korai időszakban egyre többen keresték föl Balatonberény nyaralóit. Szerencsés módon fennmaradt egy fürdővendég-lista az 1888. év júliusáról, amely bepillantást enged abba, hogy a „hőskorban” kik is látogatták Berényt. (MM. Adattár, A-254, EÖRY 2008:22) Természetesen véletlenül sem gondoljuk, hogy egyetlen egy forrás alapján általánosítható képet tudunk a kérdéstről alkotni, mivel azonban újabb, hasonló jellegű források előfordulását nem várhatjuk, mindenképpen érdemes kicsit a mélyére nézni. A lista 72 fürdővendéget sorol fel, akik esetében sokszor ott szerepel, hogy az illető a családjával volt jelen, ami arra enged következtetni, hogy vélelmezhetően 250-300 vendég is megfordulhatott egy hónap alatt. A nyilvántartás tartalmazza azt is, honnan jöttek a vendégek. Egészében véve azt mondhatjuk, hogy a Balatonberénytől a Somogy megyei területek felé rajzolt 30-40 km félkörből (Kéthely, Pusztakovácsi, Gomba, Boronka, Vörs, Balatonszentgyörgy, Csákány, Nikla, Nemesdéd stb.) érkezett a vendégek 70%-a, legtöbben (15-en) a 20 km-re lévő Marcaliból, a járási székhelyről jöttek. Az ezen kívül eső Somogy megyei területeket vizsgálva, jöttek még fürdőzők Kaposvárról, Csurgóról, Nagyajomból is. A közeli Zala megyéből találunk öt keszthelyi és négy nagykanizsai vendéget. De érkeztek távolabbi helyekről is: a vasutat kihasználva tíz budapesti fürdőző is megjelent Berényben, de még hódmezővásárhelyiek, székesfehérváriak és esztergomiak is előfordultak, nem is beszélve a négy pécsi vendégről. Érdekes módon külföldiek is jöttek: a jövevények között négy hölgyet is találunk, akik Innsbruckból, Párizsból, Pólából és Bécsből érkeztek, vélelmezhetően a grófi család vendégei lehettek.

A forrás alapján tudunk valamit mondani a fürdővendégek foglalkozására és származására is. Ez alapján több csoportot lehet elkülöníteni. Az egyik az elit kör: Hunyady Imre gróf és családja mellett a vélelmezett külföldi vendégeik egy zárt csoportot mutatnak. Nagy számban voltak jelen a környék köznemességének tagjai, a sokszor csak párszáz holddal rendelkező tisztviselők, hivatali állások betöltői, vagy egyszerűen csak földbirtokosok. E csoportból emeljük ki Kacsokovics Lajos szolgabíró, a Boronkán jelentős uradalommal rendelkező Kund Jenőt, a pusztakovácsi Bogyay Lajost, avagy éppen a Veszprém megyei perkátai birtokos Bittó család egy tagját. (GAZDACÍMTÁR 1893, KAPOSI 2019) A legtöbben azonban - s ez mutatja az idők változását - egyértelműen polgári fejlődéshez köthető foglalkozással bírtak. A listán nagy számban szerepelnek orvosok, állatorvosok, ügyvédek, gyógyszerészek, kereskedők, de találunk köztük főgimnáziumi tanárt, állomásfőnököt, joghallgatót, albirót is. (MM Adattár, A-254, EÖRY 2008:22) Mindez arra utal, hogy a kiegyezés után eltelt két évtizedben a polgári fejlődés során egyre erősebb lett az a társadalmi réteg, amely már megengedhette magának a nem túlságosan magas színvonalú nyári balatoni nyaralást.

A vendégforgalom fellendüléséhez nagyban hozzájárult, hogy a vasúti fejlesztések révén Balatonberény könnyen elérhetővé vált. A már említett, 1861-től működő Déli Vasút vonala lehetőséget adott a budapesti, a székesfehérvári, avagy a másik irányból a nagykanizsai polgároknak a település elérésére. Berénytől pár km-re ott volt a nagy vasúti elosztóközpont, Balatonszentgyörgy, ahonnan 1888 szeptembere óta egy szárnyvonalon a 10 km-re fekvő Keszthely is elérhetővé vált. (KÉPVISELŐHÁZI IROMÁNYOK 1887. 1. 1-40.) A Déli Vasút Balatonberényben is kialakított egy vasútállomást. De legalább ennyire fontos volt a délre eső területek vasúti elérése. A 19. század utolsó két évtizedében egyre több helyi érdekű vasút (vicinális) épült. Somogy megyében a vicinálisok kezdeményezői az áruforgalom növelése érdekében a legtöbbször helyi nagybirtokosok voltak. Ez térségünkben is így történt. 1889-ben

a nyugat-somogyi régió két nagybirtokosa, gróf Hunyady Imre és a marcali uradalom tulajdonosa, gróf Széchényi Gyula kapott engedélyt a Szentgyörgy – Berény – Keresztúr – Kéthely – Marcali – Somogyszob vasút megépítésére, hozzájuk csatlakozott a későbbiekben gróf Festetics Pál, a böhönyi uradalom tulajdonosa is, de emellett támogatták kisebb polgári közösségek is az építést. Az elsődleges tervekben persze a teherszállítás szerepelt, de hamar fel lehetett ismerni a személyszállítás, s ezen keresztül a Balaton parti fürdők elérésének fontosságát is. A Somogyszob – Szentgyörgy vasútvonal Keresztúrnál érte el a Déli Vasút balatoni vonalát, majd belevezették a fővonalba, de Szentgyörgyig a saját vasúti szerelvényeit használta a Társaság. A Balatonszentgyörgy – Somogyszob vonalat 1893-ban adták át. (ERDŐSI 1982:186-190)

A nagy társadalmi kereslet révén Berényben a part menti területek felparcellázása után egyre többen vásároltak telket, s így gyors ütemben elindult a fürdőtelep kiépülése. Az 1910-es évekre már három szálloda volt Balatonberényben, összesen 120 kiadó szobával, s mellettük egyre nagyobb méretű nyaralókat építettek. A tulajdonosok között találunk zalaegerszegi, szombathelyi, nagykanizsai polgárokat, amely jól mutatja, hogy Berény viszonylagos közelsége is sokat jelentett a beruházóknak. A gróf példáján felbuzdulva további nyaralókat építettek: a mai Baranya Megyei Önkormányzat Gyermeküdülőjét, a Marzsó-féle villát, a Karay-villát, a Jalsoveczky-villát és Somogyi uraság villáját, amely később az első óvodának adott helyet. Az Armuth-telep folytatásában épült a marcali Roszmanith Antal börgyáros villája és Páli Lajos vendéglős három egyforma villája.

### 3. ábra. Páli Lajos vendéglős villáiból kettő egy korabeli képeslapon.



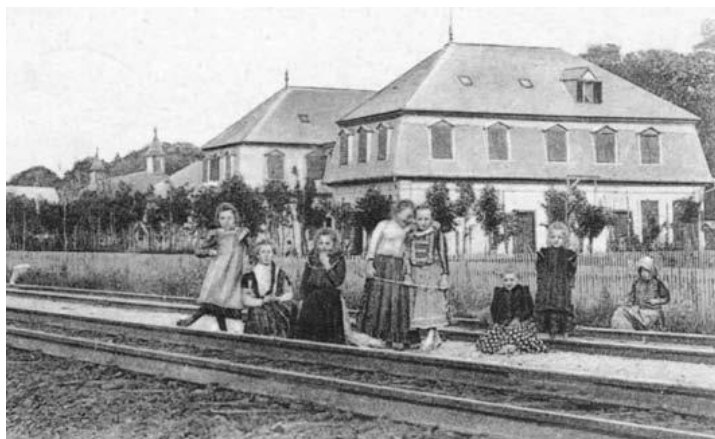
Forrás: MM. Tdgy. 2020.38.3.

Így a falu vasút melletti nyugati része villaszerűen gyorsan beépült. Ebben az időben épült a későbbi Mátravidéke KTSZ üdülője, amely ugyancsak szállodai célt szolgált. (RIGÓ 2018:9) Még nagyobb földesurak is villaépítésbe fogtak. (Tegyük hozzá, hogy ez nem volt ritka, Balatonboglár esetében például az egyik meghatározó nyaralóépület sokáig a gróf Somssich-villa volt.) Így például a szabási földesúr, a híres szakképzett gazda Somogyi Gyula, aki 1891-től a ma már Nagykanizsához tartozó palini uradalom egy részét megvette, Balatonberényben is telekhez jutott, ahol később a fia nyaralót épített. A földesúr palini kastélyában tartották 1894-ben a berényi fürdőtelep kiépítésének értekezletét. (GŐCZE 2014:686-688, TARNÓCZKY 2013:143) Tegyük még hozzá, hogy a fentiekén túl a Magyar Tenger Szállodától keletre lévő partszakaszon a helyiek igen sok fürdőházat (fürdőkabint) építettek, amelyeket viszonylag olcsón adtak bérbe a fürdőzőknek.

Kiemelkedett a beruházások sorából a nagykanizsai Armuth Náthán (1857–1942) által épített szálloda és fürdőtelep. Armuth alapvetően gyarmatáru forgalmazással foglalkozó nagykereskedő volt, akinek nagykanizsai cégét 1882-ban jegyezték be. Ő volt a liesingi sörgyár kanizsai képviselője és forgalmazója is, de számos más vállalkozásban is érdekelt volt. A tehetős kereskedőnek Nagykanizsa központjában volt feleségével, Kohn Herminával közösen vásárolt háza, ennek udvarán alakította ki a liesingi sörcsarnokot. (KUNICS 2009:272) A Hunyady József gróffal kötött megállapodás alapján nemcsak a balatonberényi szállodában, hanem Nagykanizsa központjában is forgalmazta a gróf Baglas hegyi borait.

Armuth 1903-ban kezdte kiépíteni balatonberényi fürdőtelepét, amit 1906. június 18-án adtak át. A telep kiépítésének költsége mintegy 80-90 ezer korona volt. A telep, amely három épületből állt, a vasútállomással szemben fekvő, a vágányoktól délre, az állomástól nyugatra eső üres telekre került. Az épületekben 105 szoba, egy nagy étterem, egy kávéház, s minden egyéb szükséges mellékhelyiség megtalálható volt.

#### 4. ábra. Az Armuth-nagyszálloda Balatonberényben



*Forrás: Tarnóczy 2013:648*

Korabeli sajtóbeszámoló szerint a szobák nagyok, szárazak és világosak voltak, ízléses bútorozottsággal, s minden lehető kényelemmel ellátva. Az épület faszerkezetű volt, a szobákat is deszkafal választotta el egymástól. (BV 1906. 08. 12.) Az esti világítást acetilén-lámpákkal oldották meg. Mint általában a megnyitók, ez is nagy tömeg megvendégelésével járt, a díszes vendégsereg pazar lakomájáról Lengyel József vendéglős gondoskodott. (BV 1906. 06. 24.)

#### 5. ábra. Egy korabeli reklám az Armuth-szállodáról (1911)

CSALÁDI OTTHON !                      HÁZI KEZELÉSSEN !

## Fürdő Nagy-szálloda

### Armuth-telep, Balatonberény.

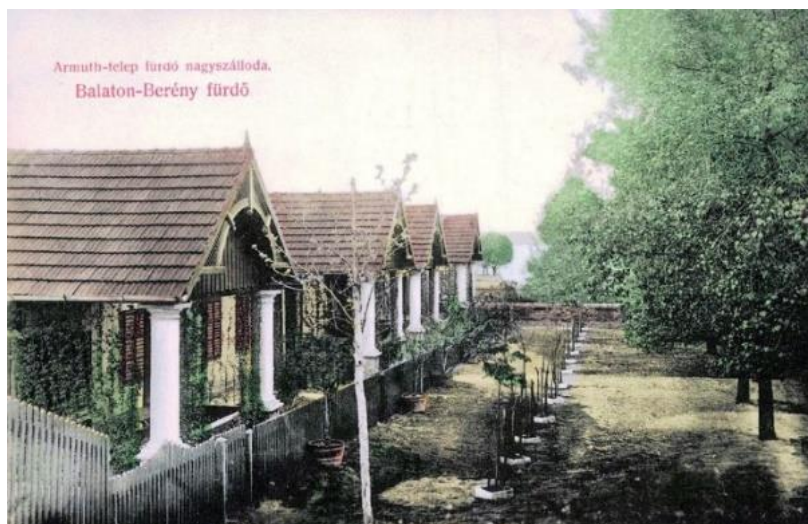
Sürgőselem: Armuth-telep, Balatonberény. Telefon szám: 1.

100 ujonnan, kényelmesen berendezett külön egymába nyíló vendégszobával. **INGYENES KABIN ÉS FÜRDŐ.**  
 Kitűnő magyar és francia házikonyha. — Legjobb italok. —  
 Pontos és szolid kiszolgálás. — Pensió-rendszer és szelevení-  
 könyvecskék 10. engedménnyel. — Mérsékelt árak. — Kitűnő  
 saját zenekar. — Díszes, tágas tánc- és sétaterem. — Dúsan  
 fásított park. — Gőzmosóda. — Családoknak kisgyermek  
 részére külön mosókonyha áll rendelkezésre. — Déli és állami  
 vasuti megállóhely. — Kényelmes összeköttetés minden irányból.  
 Szíves pártfogást kér és levelelbeli felvilágosítást szívesen ad az  
**ARMUTH-TELEP FÜRDŐ NAGY-SZÁLLODA**  
**IGAZGATÓSÁGA, BALATONBERÉNY.**

*Forrás: TARNÓCZKY 2013:648*

Tipikus volt a korabeli gazdasági életben, hogy a hasznosítás és a tulajdon elvált egymástól, vagyis a szállodát bérbe adva működtették. (A szálloda nagy épületét a második világháború után elbontották, elhordták, kisebb részeit Nagykanizsa város gyermeküdülőjeként hasznosították.) Amúgy a szállodavezető mindent megtette a forgalom bővítésére, így például széles volt az ételkínálat is. Egy 1906. évi vendég beszámolója szerint a meleg ételeken kívül lehetett ott kapni sajtot, vajot, fokhagymát, szalámit, kvarglit, zellert, tormás szafaládét, csirkét, tengeri békát, sőt még a feledékeny turistának úszónadrágot is árultak. Ez összevetve a korabeli keszthelyi nagyszálló kínálatával, jóval magasabb szintűnek mondható. (BV 1906. 08. 12.)

### 6. ábra. Az Armuth-telep épületei Balatonberényben (1908)



Forrás: <https://mandadb.hu/tetel/509220/Armuthtelep>

Egy arisztokrata család mindig mintaadó volt a helyi lakosság számára, így nem véletlen, hogy Balatonberényben a századforduló idején nagyon gyorsan kiépült a fürdőrendszer. A korabeli fürdőismertető és a sajtóhírek alapján azt mondhatjuk, hogy a századforduló utáni években már évi 1500–2000 vendég kereste föl Balatonberényt, de a kirándulók száma a 3000–4000 főt is elérte. (SZAPLONCZAY-VAJTHÓ 1907:44) A helyi parasztok és polgárok szerény hajlékaikat vendégek fogadására is alkalmas épületekké kezdte átalakítani. A füstös konyhák és a Fő útra néző tiszta szobák ideje kezdett lejárni, s egyre több vendéget fogadtak a magánházakban. Az 1900-as évek elején már mintegy 200 szobát adtak bérbe a helyiek. Lehetőség volt szobák bérlésére, de kiadtak teljes házakat is, havi 100-150 koronáért, konyhával, tűzifával stb. Az ilyen lakásbérletekhez a Balatonban egy kényelmes fürdőkabin is járt. Ennek jelentős hatása volt a falu fejlődésére. Hamar, már 1895-ben elkezdődött a Balatonberényi Fürdőegylet megszervezése, amely végül is 1899-ben alakult meg. (BŐSZE 1989:218) Az egyesület gondoskodott a köztisztaság fenntartásáról, a fásításról, az ülőpadokról és a vendégek szórakoztatásáról is. (SZAPLONCZAY 1914:21) 1905-ben a falusi közösség beszerzett több öntözőgépet, amivel napi kétszer-háromszor felloccsolták a balatoni finom homok miatt állandóan igen poros utcákat. (BV 1905. 07. 30.) A szolgáltatások az évek során egyre szélesedtek. 1910-ben például egy nagykanizsai vállalkozó, Löwy Sándorné „okleveles arcmasseure” Balatonberényben - követve vendégeit - fürdőhelyi arcápoló szalont nyitott. (TARNÓCZKY 2013:1106-1107)

A földesúri uradalomnak nagyon nagy szerepe volt a fürdőzők ellátásában. Ebben a korszakban a balatoni fürdőhelyek, vagyis sok száz ember ellátása két forrásból valósulhatott meg. Egyrészt a földesúri majorság termelvényei, nyersanyagai szolgálták ki a vendégeket, vagyis a liszt, a hús, a tej és tejtermékek, a kertészeti termékek stb. mind a majorságból származtak, további

üzleti előnyöket biztosítva a földesúrnak. A szállodákban, vendéglőkben elsődlegesen a nagykanizsai sörgyár termékeit, illetve a kéthelyi uradalom szőlőhegyein termelt jó minőségű borokat kínálták, nem is beszélve az egyéb szeszes italokról. (A sörgyárhoz lásd: KAPOSÍ 2014:162-165) A tehetősek látogatók – a hazai polgári szokásoknak megfelelően – főleg marhahúst fogyasztottak, a szegényebb rétegnek a disznóhús jutott. A településen működött egy mészárszék is, vagyis a napi frisshús-ellátás biztosított volt. Másrészt az is megfigyelhető, hogy a községben is egyre több bolt jött létre, bár kétségtelen, hogy a polgári-paraszti házakat bérlőket élelmi cikkekkel elsődlegesen a lakosság látta el. Mivel szabadpiaci rendszer volt, ezért lassan a polgári-paraszti helyi termelés is éledett, ami főleg a magán vendéglátás esetében olcsó zöldség- és gyümölcskínálatban és szeszes italok forgalmazásában jelent meg. (SZAPLONCZAY-VAJTHÓ 1907:45) 1896. évi forrásunk arról tudósít, hogy a közeli Marcaliból vagy Keszthelyről is beszerezhető volt az élelmiszer egy része. (SZAPLONCZAY 1896. 14.) Berényben, de a mellette lévő településeken is egyre több ház épült a szőlőben, amely nemcsak a szőlőművelést fokozta, hanem a fürdővendégek kiszolgálásának lehetőségét is bővítette. (LÓCZY 1978:332) Emeljük ki a Balatonkeresztúr melletti Festetics-birtok átalakítását, ahol a filoxéra-járvány miatt tönkrement (döntően zalai) szőlőművelőknek kimért parcellákon jelentős művelés indult meg, amely elvezetett a telkesítést irányító Széchényi Imre feleségéről, Andrássy Máriáról elnevezve a balatonmáriai partvidék fejlődéséhez. (HUSZÁR 2016:14-16)

A turizmus e hőskorában az ideérkező vendégek, főleg a más életvilághoz szokott városi polgárok egyszerre érzékelhették a falusi múlt, a jelen és az esetleges jövő képét. Kétségkívül hatalmas különbség volt a korábbi léthelyzethez képest abban, hogy a falu Balaton melletti területein szállodák, vendéglők, szórakozóhelyek, fürdőkabinok épültek, s ezek kiszolgálása, ellátása, a fürdőélet működtetése az újszerűséget hozta. De a falu délre eső részein, a fürdőteleptől párszáz méterre, a régi faluban még mindig a hagyományos élet uralkodott. Érdekes ennek az ellentmondásnak a megjelenése egy 1906. évi vendég leírásában, amely szerint igen elborzasztó volt Berényben, a falu egyik kiadott házában lakva, hogy hajnali négy óra felé a falusi csikós kurjongatására a parasztok kieresztették a Fő utcára a lovakat, amelyek kivágtattak a falusi legelőre. Fél órával később jött a marhacsorda, amelyhez legalább nem kurjongattak. Valamivel később hajtották a sertéseket a legelőre, s ehhez képest a mintegy 1100 liba gágogása már nem okozott semmiféle meglepetést az ember nyaralása során. És ennek ellenére 1300 fürdővendég volt ekkor a faluban. Ezek után már nem véletlen a következtetés, miszerint *„Én dacára annak – hogy addig a lábam ebbe a községbe nem teszem, míg rendes világítás, öntözés, fásítás, pocsoló-, utak rendezése nem lesz keresztülvive – nem ítélem el az idejövő fürdővendégeket, mert velem együtt ők is édes hazánkért szenvednek és megtakarított filléreiket nem egy rendezett osztrák fürdőben, hanem egy rendezetlen, de reményekre jogosult magyar fürdőben költik el.”* (BV 1906. 08. 19.)

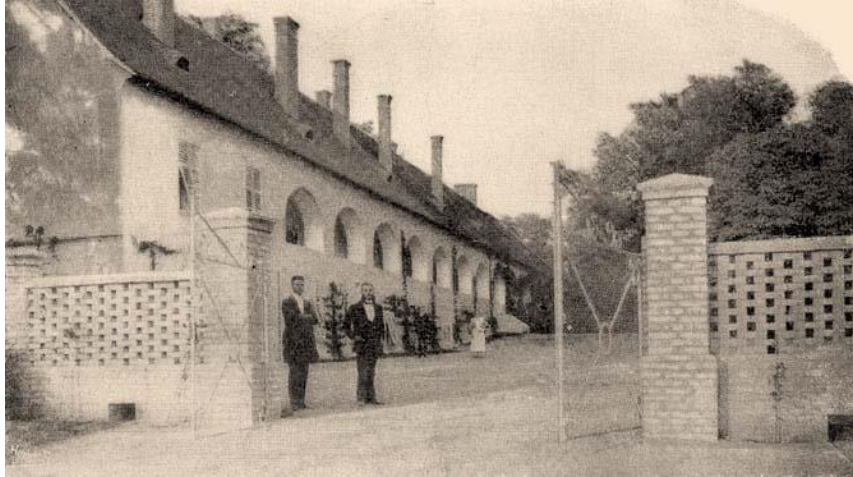
## 6. A balatonszemesi fejlesztések

Mint már említettük, a Hunyady grófoknak tekintélyes méretű faluszemesi (balatonszemesi) birtokai is voltak. A szemesi uradalom kiterjedt a mellette lévő szárszói és a szőládi földekre is, ezek 1893-ban összesen 11.200, 1911-ben pedig 11.169 holdat tettek ki. (GAZDACÍMTÁR 1893, 1911)

A berényi eset után nem tekinthető véletlennek, hogy a szemesi fürdőélet kialakulásban is a grófi családnak volt meghatározó szerepe. Egyrészt a faluban ott volt a család kényelmes úriháza, *„főúri kényelemmel berendezett kastélyépület”*, amely kiváló lehetőséget adott a nyarak eltöltésére. (GYULAY 1911. 3. 186) A 12 köríves tornácos, L-alakú, barokk stílusban épült kúria ma is megvan, 1952-től a kastélyépületet iskolai funkciókra hasznosították, ma a *Reich Károly Általános Iskola és Alapfokú Művészeti Iskola* működik benne. A grófi épületnek

100 éves múlttal bíró parkja volt. A földesúri rezidencia hajdan persze nem nyaralóépületnek épült, hanem majorsági központnak, ezért mellette ott voltak a gazdaságot kiszolgáló egyéb építmények is: magtárak, cselédházak, istállók, s volt egy 70 LE teljesítményű gőzmalom is. (GYULAY 1911:4, 1911:254)

### 7. ábra. A balatonszemesi Hunyady-féle úrilak 1914 előtt



*Forrás: REISZIG 1914:42-43*

A Sári pusztai kastély mellett a grófok tartósan soha nem laktak Szemesen, de a 19. század végén egyre többször jelentek meg a birtokukon. Fontos rögzíteni, hogy a korabeli kataszteri térkép tanúsága szerint a szemesi Balaton-part 90-95%-ban a gróf tulajdonában volt, a falusi közösségnek csak nagyon kis saját területe volt, főleg ott, ahol az észak-déli fekvésű falu vonala a tóra kifutott. (<https://mapire.eu/hu/map/cadastral>) A halászat a gróf kizárólagos tulajdonában volt. (PESTY 2001:295)

A szemesi uradalom településein a lakosság hagyományosan mezőgazdasági termeléssel és halászattal foglalkozott. Szemes nagy előnyei közé tartozott, hogy viszonylag jól megközelíthető volt távolabbi utazók számára is. Egyrészt a Budáról Nagykanizsa felé vezető, a Balaton déli partján futó régi országút áthaladt falun. Ez az út egyben postaút is volt. Szemesen a 18. század végétől 1861-ig működött posta-lóváltóállomás, erre az első adat 1792-ből származik. Az ehhez szükséges épület a gróf tulajdonában volt. A postautat a 19. században sokszor javították, kövezték, fásították stb. Szemes postaközpont volt, innen hordták szét a környék birtokosai a küldeményeket. Az első postaállomás a kastélyban volt, később a mai postamúzeum melletti épületben; míg a mai postamúzeum a grófi család egyik hajdani épületében kapott helyett. (REÖTHY 1989)

Másrészt nagy lehetőséget adott, hogy az 1861-ben átadott vasút Szemesen áthaladt. Eleinte Szemes csak egy ún. forgalmi kitérő volt, de 1897-ben már Szemes is kapott állomást, vagyis a falu megközelíthetősége, nem is részletezve az áruszállítás lehetőségét, látványosan javult. (REÖTHY 1990/b:184.) Megjelentek az első fürdővendégek, eleinte főleg Székesfehérvár polgárai látogatták. A forgalom növekedése az 1890-es évek közepén indult meg. Tény az is, hogy az 1890-es években már a kelet-balatoni térségében is egyre több változás figyelhető meg, így például a szemesi uradalom mellett Balatonföldváron gróf Széchényi Imre 1894-ben elkezdte kiépíteni a fürdőtelepet. A minta adott volt: a szemesi fejlesztések egy évvel később, 1895-ben indultak meg, amiben meghatározó szerepe volt gróf Hunyady Imrének és feleségének.

A munkálatok a Balaton partján egy nagyobb grófi telek parcellázásával indult meg. Első lépcsőben 110 telket mérték ki, amelynek irányításában a grófnő, Győry Teréz személyesen is részt vett. A telkesítést az is motiválta, hogy közben a Déli Vasút Társaság már építette a mellette lévő állomásépületet. A fürdőtelep két részből állt. A sínek és a vízpart közötti alsó telepen többnyire 600–800 négyszögöles telkeket alakítottak ki; hasonló méretű telkek képezték a mai Bagolyvár utcára, mint főtengelyre épült felső telepet is, amit a későbbiekben déli irányban kiterjesztettek. 1898–1902 között további tereprendezési munkálatokat végeztek egészen az öszödi határig, ezzel párhuzamosan pedig Pausar Károly uradalmi erdész irányításával a rézsű és a vasút közötti területet fenyővel és lombos fákkal, parkosították. (STIRLING 1990:231) A parcellákat gyorsan értékesítették, amihez az is hozzájárult, hogy az alsó telep telkeit Hunyady gróf négyszögölenként kezdetben egy, majd néhány év múlva két koronáért adta, míg a felső telepen egy négyszögöl három koronába került; ugyanakkor más balatoni településeken akár 20-25 koronát is elkértek egy négyszögölért. (SH 1911. 09. 08.)

### 8. ábra. Balatonszemes fürdőtérképe (1931)



*Forrás: Magyar fürdőtérképek 9. [maps.hungaricana.hu/hu/HTITerkeptar/34170](https://maps.hungaricana.hu/hu/HTITerkeptar/34170)*

Akárcsak Balatonberényben, itt is hamar megkezdődtek a villaépítések. Az elsőt Vajdits Alajos ezredorvos építette 1898-ban a híres Roman Morandini nagykanizsai műépítész tervei alapján, romantikus stílusban. (Morandinihez lásd: KUNICS 2009) Az építkezés az egykori Bolondvár helyén történt. (A később Bagolyvár nevet viselő villa némileg átalakított formában a későbbiekben vállalati üdülő lett, egy része ma is áll.) 1900-ban további három nyaraló épült. 1901-ben épült meg az alsó telep első villája. E ház első tulajdonosa Huber Lajos volt, amely a későbbiekben Raffay Sándor evangélikus püspöké, majd pedig Eötvös Károlyé, a tiszzaeszlári per híressé vált védőügyvédjéé lett, aki a hagyomány szerint ebben a házban írta *"Balatoni utazás"* című nagy sikerű könyvét. Eötvös 1908–1912 között Balatonszemesen lakott. (BEÖTHY 1979:41, STIRLING 1990) A korabeli telkek vásárlásával ekkor még nem járt együtt a vízjog élvezete is, ezt Hunyady gróf fenntartotta magának, így kabinállítás fejében a telektulajdonosnak évi 4 koronát kellett fizetnie. A kabinállítás költségei rövidesen rohamosan emelkedni kezdtek és néhány éven belül elérték a 40 koronát. A telektulajdonosok ez idő tájt

évi 20 korona tagdíjat (ma üdülőhelyi díjnak mondanánk) fizettek az uradalomnak. Ebből a pénzből meg tudták oldani a közterületek és a parkok karbantartását és fenntartását. (STIRLING 1990:232)

A tulajdonos grófi család alaposan megszűrte a telekvásárlók körét. Szemben Boglár és Siófok mintájával, itt a zsidókat gyakorlatilag kizárták a vásárlók közül. Hunyady Imre és fia, József gróf Szemes nyaralótelepét a hazai polgári közép- és úri rétegeknek, értelmiségieknek akarta biztosítani, ennek megfelelően értékesítették a telkeket. De még a faluban bérelt házak esetében is lekérdezték a jövevények származását. Ez az őskonzervatív magatartás már messze nem felelt meg a társadalmi elvárásoknak, de nem is verték nagydobra, csupán gyakorolták. (STIRLING 1990:234-235)

Lassan nőtt a szemesi vendégforgalom is. Már 1900-ban azt írták a településről, hogy „...a faluban elég tiszta és elég kényelmes szobák találhatók”. (BOLEMANN 1900. alapján) Volt mit fejleszteni, mert a falu infrastruktúrája elég elmaradott volt a 19. század végén. A Balatonhoz érkező vendégek a vonatról leszállva romantikus körülmények közé kerültek: a szemesi fürdővendégeket a vasútról ökrös szekerekkel szállították a faluba. A vendégek ládában hozták magukkal az otthoni ágyneműt, a konyhafelszerelést, az élelmiszert, a fűszert stb., mert ezek megvásárlására kezdetben nem nagyon volt esély. A szemesi gazdák viszont készpénzhez juthattak, ami egy paraszti háztartás számára mindig nagy kincs volt, ezért nyaranta a gazdák családja kiköltözött a konyhába, a fészerbe stb. (SCHOEDL 1934:20)

A grófi fürdőtelep kiépülésével párhuzamosan a község is ébredezett, s a századforduló után már több érdemi fejlesztés is megvalósult a helyiek akaratából. Ennek egyik első lépése volt, hogy a falusi közösség költségén 1905-ben elkészült a vasútvonal tó felőli oldalán, közel a parthoz, a Fő utca és a Kikötő utca találkozásánál a Hableány szálloda. A szálló hosszú ideig a szemesi társas élet egyik központja volt, műkedvelő előadásokkal, bálokkal, estélyekkel. (SCHOEDL 1934:20) A szálloda nem volt túl nagy, de mégiscsak egy többszobás nyaralóhelyről van szó. A Hableányt bérbe adva működtették, s elég jó forgalomnak örvendett. Hozzákapcsolódott egy vendéglő és egy mézszárszék is, egy 2000 négyszögöl kiterjedésű park, valamint számos mellékhelyiség. A bérbeadás nyilvános árlejtés mellett zajlott, a Somogy megyei Hivatalos Közlöny tette közzé, meghirdetését a körjegyző és a falubíró intézte. (SHL 1913. 02. 06.) A fejlődést mutatja, hogy Szemesen 1907-ben két szállodában 20 szoba, míg az egyéni nyaralóhelyeken még kb. 80 szoba állt rendelkezésre. (SZAPLONCZAY-VAJTHÓ 1907:35)

### 9. ábra. A balatonszemesi Hableány szálloda (1913)



Forrás: <https://mandadb.hu/tetel/514127/Hableany>

Némi vajúadás után 1908-ban Faluszemesen is megalakult a fürdőegyesület. Kezdeményezője Laurencz Ede uradalmi intéző volt, aki a villatulajdonosokkal folytatott ez irányú tárgyalásokat. A fürdőegyesület 1908. augusztus 20-án tartotta alakuló összejövetelét, mely a telep további fejlődése szempontjából is lényeges volt. (STIRLING 1990:238, BALATONSZEMESI FÜRDŐEGYESÜLET 2009:21-22) A balatoni fürdőegyesületek tagjai, vezető tisztségviselői többnyire befolyásos állami tisztviselők, államtitkárok, miniszterek voltak, akik telepük fejlesztése érdekében jelentős támogatásokat tudtak szerezni, s ezáltal fontos beruházásokat tudtak elindítani. Így került be például a szemesi fürdőegyesületbe Angyal Pál és Ladik Gusztáv, a neves jogtudósok, Térffy Béla nyugalmazott miniszter vagy Szentpétery Imre egyetemi tanár. (SVM 1908. 08. 23., BŐSZE 1997:66, BŐSZE 2002) Szemes kulturális fellendítése, az olvasókör, a mozi, a műkedvelő előadások és műsorok nagy száma is a fürdőegyesület lelkes gárdájának érdeme. Elterjedt szokássá váltak a Fürdőegyesület által szervezett, magas színvonalú hangversenyek, amelyek bevételét a fürdőtelep szépítésére használták föl. (Lásd pl. PH 1909. 07. 23., SH 1910. 07.15., AÚ 1910. 07. 29.) A szemesi olvasókör szervezte nyaranként az aratóünnepséget, amely az aratók előtti tisztelgés volt, s mai fogalmaink szerint kirakodóvással, büféstandokkal, egész éjjelen át tartó, lampionvilágítással biztosított táncmulatsággal végződtek. (Lásd pl. SVM 1913. 08.08.)

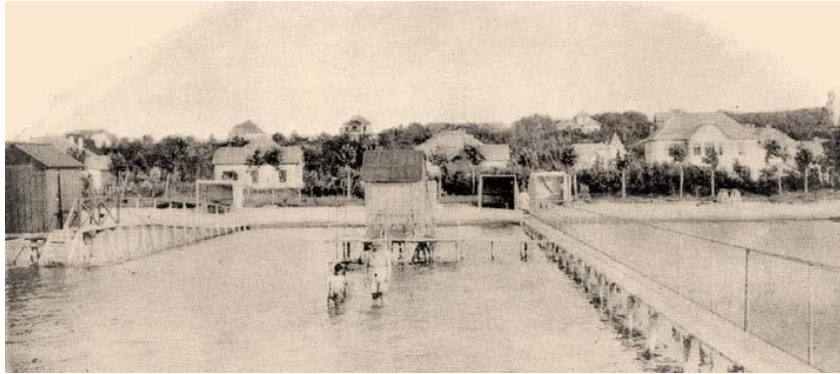
A társasági összejövetelek céljaira kaszinót építenek. Ehhez Hunyady gróf ingyen bocsátott rendelkezésre egy telket a Fő utcában. A kaszinó kivitelezésének ügyében a tárgyalások már 1911 tavaszán megkezdődtek. Az építkezéshez a gróf saját téglagyárából 46 ezer téglát ajándékozott, a teljes építkezés bruttó költsége mintegy 4000 korona volt, melyet a villatulajdonosok úgy adtak össze úgy, hogy kibocsátottak 40 db 100 korona címletű, évi 6% kamatozású kötvényt. (STIRLING 1990:248) Az építkezés még ugyanebben az évben befejeződött, de végül is nem kaszinó, hanem csendőrségi épület lett.

Fontos új beruházás volt a kikötő megépítése, amivel a növekvő látogatottságú fürdőhelynek a balatoni vízi forgalomba való bekapcsolódása is megvalósulhatott. Széles társadalmi összefogás jött létre a kikötő megépítéshez. A hozzá való telket a grófi uradalom felajánlotta a kincstárnak. (KERTAI 1974:53) 1912-ben az alispán vezetésével megtörtént a közigazgatási bejárás. (PH 1912. 07.17.) A kikötő állami pénzből épült meg, de kapott a falu a kikötőhöz vezető út építésére is állami támogatást. (SVM 1912. 08.18.) Ehhez kapcsolódott az első vitorlásverseny is. 1912-ben alakult meg Szemesen a Balatoni Yacht Club. A Club, amelynek vezetésére gróf Hunyady Józsefet kérték föl. A gróf úgy tekintett működésére, hogy az nemcsak a hazai arisztokrácia egy kis részének a szórakozása lesz, hanem abból a vitorlásversenyek megszervezésével, a háttérinfrastruktúra kialakításával, a kikötőfejlesztéssel, a versenyek lebonyolításával a helyi polgárságnak is jelentős haszna származhat. 1913 nyarán megrendezték az első vitorlásversenyt. (SV 1913. 08. 25.) 1914-ben a balatoni fürdőhelyeket áttekintő leírás már arról szólt, hogy Szemesen *„Az állami kikötő mólójának építése folytán a hajó- és csónakközlekedés is szép fejlődésnek indult”*. (V 1914. 06. 14.)

A szemesi fürdőegyesület támogatta a közműfejlesztést is. Hunyady gróf átengedte a parkdíjszedési jogot az egyesületnek. Nagyszabású parkosítás kezdődött: az uradalmi gazdasági munkák szünetelésekor a gróf adott igaerőt a park rendezéséhez, az ott kitermelt irtásfát és a lekaszált füvet pedig átengedte az egyesületnek. (BŐSZE 1989:233) A fürdőegyesület fennállásának ötödik évében a telep olyan szépen fejlődött, hogy 1000 fürdővendéget tudott már fogadni. Ebben az évben a telefont is bevezették a fürdőtelepre. 1913-ban a telep a belügyminiszter rendelete értelmében a gyógyfürdő-státuszt is megkapta, aminek előnye abban mutatkozott meg, hogy ezáltal jogosult lett gyógydíjak szedésére, valamint az épülő villák házadómentessége tizenkettőről húsz évre emelkedett. 1914-re elkészült a telep alagsövevénye, és lezárult a kikötő építésének első szakasza. A legtöbb gyalogút salakozása is befejeződött. A világháború éveiben nagyobb beruházások nem történtek, a társas élet is visszafogottabb lett.

Elsősorban jótékony célú összejöveteleket tartottak a hadiárvák és a sebesültek segélyezésére. (STIRLING 1990:250-251) Amivel nehezen küzdöttek meg a közösségek, az a homokos partból adódott: a finomszemcsés homok az északi-északnyugati szelek révén jól be tudta teríteni a falut. Hunyady gróf ugyan a kastélya előtti útszakaszt folyamatosan locsoltatta, de a település többi részén ez még váratott magára. (GYULAY 1911:4, 1911:316)

### 10. ábra. Balatonszemesi partrészlet 1914 előtt



*Forrás: REISZIG 1914:42-43*

### 7. Összegzés: A berényi és szemesi fejlesztések a dél-balatoni fürdőélet tükrében

Látható az áttekintésből, hogy a dél-balatoni Hunyady-birtokokon jelentős fürdőfejlesztés indult meg a századforduló körüli évtizedekben. A hatalmas birtokokkal rendelkező grófok felismerték az ebben rejlő üzleti lehetőséget, amit be is tudtak illeszteni az uradalmi gazdasági rendszerükbe. A fürdőről, a fejlesztésekről mindig a grófok mondták ki a végső szót, míg a végrehajtás a helyi tisztartókra maradt. Az uradalom jövedelmi rendszerében nagyon fontos volt, hogy a növekvő számú fürdővendég ellátása jelentős mértékben a földesúri majorságokból történt. A fürdőfejlesztés kezdeményezője a gróf volt, de ahogy a falusi közösségek, a parasztok, a polgári közösségek, illetve a fürdőegyesületek létrejöttek, a rendszer egyre inkább önjáróvá vált. Kétségtelen tény, hogy az 1910-ben 1419 lakosú Balatonberény és a 841 lakosú Balatonszemes népességszámuk alapján nem voltak kiemelkedő települések, de a fürdőfejlesztésekben igen komoly szerep jutott nekik. (NÉPSZÁMLÁLÁS 1910:62, 1910:65)

A ránk maradt statisztikai adatokból az látszik, hogy mindkét település sikeresen bekapcsolódott a fürdőrendszer kiépítésébe. Az 1907. évi adatok alapján egyértelmű, hogy Siófokkal nem versenyezhetett Berény és Szemes, de az állandó vendégek és a szállodák számát tekintve Berény az első között volt; Szemes pedig, némileg kései indulással, egyre jobban fejlődött. 1907-ben a balatonberényi négy szállodánál csak Siófokon volt több, míg Fonyód és Földvár érte el a berényi szállodaszámot, a többiek esetében még kevesebb épült föl. (KANYAR 1978:152 alapján) A nagy fellendülés után azonban a háború előtti években a látogatottságot illetően jelentős változások figyelhetők meg.

**1. táblázat. A dél-balatoni települések ún. állandó jellegű fürdővendégeinek száma (1911–1913)**

Fürdőhely neve	Bel- és külföldi fürdővendégek száma 1911-ben	Bel- és külföldi fürdővendégek száma 1912-ben	Bel- és külföldi fürdővendégek száma 1913-ben
Balatonberény	1659	1175	1323
Balatonkeresztúr	n.a.	1024	n.a.
Fonyód	1322	1213	531
Balatonboglár	1148	1024	1115
Balatonszárszó	982	958	1295
Balatonszemes	n.a.	1053	1343
Balatonföldvár	1148	1093	927
Siófok	12116	6384	4456

*Forrás: FELSŐHAZI IROMÁNYOK 1927:132-133 alapján*

Látható a fenti táblázatból, hogy a háború előtti évekre sok helyen jelentősen megcsappant az állandó fürdővendégek száma, voltak olyan települések, ahol felére vagy harmadára esett vissza a vendégszám. A külföldi vendégek szinte teljesen elmaradtak. Ezzel párhuzamosan ugyanakkor az ún. ideiglenes fürdővendégek száma több helyen növekedett. Lényegében az egész déli partra jellemző folyamatot láthatunk. Okai között a háború előtti évek általános drágaságát, a máshol is nagyszámban nyíló fürdők adta nyaralási lehetőségeket, illetve az előnytelené váló adózási rendelkezéseket láthatjuk. (LUKÁCS 1942:288) Az alacsony vendégszámok persze azzal is összefüggenek, hogy „...nem lévén a bejelentési kötelezettség szabályrendeletileg szabályozva, a lakást adók, úgy a villa tulajdonosok a bejelentéseket lanyhán teljesítik.” – jegyezte meg a megye hivatalos lapjában. (SHL 1912. 11. 14.)

Megvizsgáltuk azt is, hogy az 1910. évi népszámlálás foglalkozási adatai szerint mennyire látszik a változás a két falu esetében. Szignifikáns különbséget nem tudtunk kimutatni azon falvakkal szemben, amelyek a Balatontól délebbre helyezkedtek el. Berényben és Szemesen a foglalkozási rendszerben 70-80%-ban továbbra is a mezőgazdasággal foglalkozók voltak jelen. Az is kétségtelen ugyanakkor, hogy az a századforduló körüli évtizedekben az iparban és a kereskedelemben foglalkozók száma emelkedett. (NÉPSZÁMLÁLÁS 1910:62-70, T. MÉREY 1990) Mindebből arra lehet következtetni, hogy a századforduló utáni években a társadalmi munkamegosztás e térségben még gyerekcipőben járt, vagyis olyan gazdákat láthatunk, akik esetében megmarad a létbiztonság szempontjából oly fontos paraszti kisüzem, de ugyanakkor termékeikkel egyre nagyobb mértékben tudnak bekapcsolódni az ellátásba, illetve a vendégfogadással is plusz jövedelemre tehetnek szert. Mutatja ugyanakkor a változásokat, hogy Szemes esetében a vizsgált korszakban a kisbirtokosok száma a felére olvadt,

S végül említsük meg, hogy a 20. század első évtizedében már az 1904-ben megalakult Balatoni Szövetség, (ZM 1904. 07.31, PAKSY 2016:323) a helyi közösségek, a földbirtokosok mellett a megyék is felismerték a technikai fejlesztések szükségességét. Ennek egyik jele az áramellátás kialakítása volt. Az első világháború előtti években már tervek születtek egy Szántód központú áramtermelő megépítéséről. A háború alatt a viszonyok megváltoztak, ugyanakkor az elképzelések horizontálisan szélesedtek: végül 1917. február 18-án Budapesten alakult meg a

Balatonvidéki Villamosművek Részvénytársaság, gróf Batthyány Lajos, a Balatoni Szövetség elnökének vezetésével. A társaság székhelye Balatonfüredre került. A részvényjegyzők között Balatonberényből ott volt a korábban már említett Armuth Nathan szállodatulajdonos és Páli Lajos vendéglő- és hoteltulajdonos, Balatonszemesről pedig 13 nyaralótulajdonos és földbirtokos. (B 1917. 04. 01.) Végül is az erőmű nem a déli, hanem az északi parton, Aszófőn épült meg, ahonnan a déli partra fektetett mederkábelén keresztül szállították az áramot, s a Siófok-Balatonfenyves szakaszon épült ki az ellátó rendszer. (ANTAL 2014:52) Somogy megye számára nagy feladat volt a parti menti települések egészséges ivóvízzel való ellátásának megszervezése, kiépítése. Jó tapasztalatok voltak ugyanakkor a Kaposvár-Fonyód, illetve a Somogyszob-Balatonszentgyörgy vasút hosszú távú hatásairól: a napi több állandó motoros vonat indítása jelentősen emelhetette a fürdőzők számát. (SHL 1911. 11. 16.)

### Irodalomjegyzék

- ANTAL, I. (2014): *A magyar villamosenergiaipar 1896–1914*. Budapest. Magyar Tudománytörténeti Intézet
- BALATONSZEMESI FÜRDŐEGYESÜLET (2009): Czirják Mariann – Hergárné Máty Katalin – Buday Miklós – Dobozy Dániel (szerk.): *Balatonszemesei Fürdőegyesület. Centenárium Emlékkönyv*. Budapest
- BALÁZS-KOVÁCS, S. (2013): A tolnai nemesség fürdőélete a reformkorban. In: Kriston Vizi József (szerk.): *Dél-dunántúli dolgozatok*. Dombóvár. pp. 206–223.
- BARANYAI, S. (1959): A Balaton vízszintszabályozásának története. *Hidrológiai Közöny* 69. (6) pp. 340-344.
- BEÖTHY, F. (1979): *A Dél-Balaton irodalmi és történelmi emlékhelyei*. Iskola és Levéltár 11. Kaposvár
- BOLEMANN, I. (1900): A Balatonparti fürdők és üdülőhelyek leírása. In: Bolemann István (szerk.): *A Balaton tudományos tanulmányozásának eredményei*. III. kötet, 4. rész. Budapest
- BŐSZE, S. (2002): A szocializáció sajátos színterei. A dél-balatoni fürdőegyesületek a polgári korban. In: Tóth G. Péter (szerk.): *Struktúra és városkép. A polgári társadalom a Dunántúlon a dualizmus korában*. Veszprém. pp. 453-462.
- BŐSZE, S. (1997): „Az egyesületi élet a polgári szabadság...”. *Somogy megye egyesületei a dualizmus korában*. Somogyi Almanach 53. Kaposvár.
- BŐSZE, S. (1989): A dél-balatoni fürdőegyesületek történetéből (1890–1944). In: Kanyar József (szerk.): *Somogy megye múltjából 1989*. Levéltári Évkönyv 20. Kaposvár. 211-252.
- EÖRY, B. (2008): Dokumentumok Balatonberény fürdőkulturájáról. *Somogyi Honismeret* 38. (1) pp. 19-23.
- ERDŐSI, F. (1982): Somogy megye közlekedési hálózatának kialakulása a XIX–XX. században. In: Kanyar József (szerk.): *Somogy megye múltjából 1982*. Levéltári Évkönyv 13. Kaposvár. pp. 157-212.
- FELSŐHÁZI IROMÁNYOK (1927): *Felsőházi irományok*. A trianoni békében megállapított területen fekvő nevezetesebb gyógyfürdők vendégforgalma az 1911–13. években. IX. kötet, 275. szám. pp. 132-146.
- ERDŐS, J. (1911): *Magyar Fürdő-Kalauz*. Tata
- GALGÓCZY, K. (1855): *Magyarország, a szerb vajdaság és a temesi bánság mezőgazdasági statisztikája*. Pest

- GŐCZE, R. (2014): Palin és Korpavár története a polgárosodás korszakában. In: Kaposi Zoltán (szerk.): *Nagykanizsa. Városi monográfia III. (1850–1945)*. Nagykanizsa. pp. 665-702.
- GYULAY, K. (1911): Faluszemes monográfiája. *Magyar Gazdák Szemléje* 16. (1911): 3. füzet, 184-188.; 4. füzet, 250-255.; 5. füzet. pp. 312-322.
- HALÁSZ, I. (2010): A Balaton lecsapolása (18–19. század). *História* 32. (6-7) pp. 37-41.
- HUDI, J. (1989): A balatoni fürdőkultúra a reformkorban. In: Bilkei Irén (szerk.): *Közlemények Zala megye közgyűjteményeinek kutatásából 1988*. Zalai Gyűjtemény 28. Zalaegerszeg. pp. 109-135.
- HUSZÁR, M. (2016): Egy 120 éves nyaralóhely története. In: Huszár Mihály - Samuné Bogyó Hajnalka - Sándor Csaba - Vidák Tünde: *Üdvözet Balatonmáriafürdőről! Képeslap-válogatás egy délnyugat-balatoni település múltjáról*. Marcali. Balatonmáriafürdő Község Önkormányzata - Marcali Múzeum
- KANYAR, J. (1978): A dél-balatoni fürdőkultúra kialakulásának történeti korszakai. In: Kanyar József (szerk.): *Somogy megye múltjából 1978*. Levéltári Évkönyv 9. Kaposvár. pp. 139-189.
- KAPOSI, Z. (2019): *Uradalmak, földbirtokok és birtokforgalom a Dél-Dunántúlon a 19. században*. Budapest
- KAPOSI, Z. (2014): Nagykanizsa gazdasági fejlődése (1850–1945). In: Kaposi Zoltán (szerk.): *Nagykanizsa. Városi monográfia III. (1850–1945)*. Nagykanizsa. pp. 99–250.
- KAPOSI, Z. (2002): *Magyarország gazdaságtörténete 1700–2000*. Budapest-Pécs
- KÁROLYI, Z. (1973): Az egyes vízvidékek szabályozási munkáinak története. In: Ihrig Dénes (szerk.): *A magyar vízszabályozás története*. Budapest. pp. 151-280.
- KÉPVISELŐHÁZI IROMÁNYOK (1887): *Képviselőházi irományok*. A Közmunka- és Közlekedésügyi Miniszter jelentése az Országgyűléshez a Keszthelytől Balatonszentgyörgyig vezetendő helyi érdekű vasút engedélyezése tárgyában. 1. kötet. 1-40. Budapest
- KERTAI, E. (1974): *Magyarország nagyobb vízépítési műtárgyai*. Tavi kikötők. I. Balatoni kikötők. Budapest
- KÓSA, L. (1999): *Fürdőélet a Monarchiában*. Budapest
- KUNICS, ZS. (2009): Gabona piac – Fötér – Erzsébet királyné tér. A nagykanizsai Erzsébet tér kiépülése, története a dualizmus korában. *Zalai Múzeum* 18. pp. 267-294.
- LÓCZY, I. (1978): A balatoni fürdőkultúra kialakulásának történeti áttekintése, különös tekintettel a déli partra. In: Honfi István (szerk.): *Somogyi Múzeumok Közleményei* 3. (1978). Kaposvár. 315-334.
- LUKÁCS, K. (1942): Adatok a Balatonvidék történetéhez. Balatonberény a legrégebbi somogyi parti fürdőhely. *Balatoni Szemle*. pp. 285-288.
- PAKSY, Z. (2016): A balatoni idegenforgalom fejlődése a 20. század első felében. In: Bilkei Irén (szerk.): *Zalai évszázadok. Tanulmányok és dokumentumok Zala megye történetéhez 2016*. Zalai Gyűjtemény 80. Zalaegerszeg. pp. 323-339.
- PATKOVICS, J. (1846): A harkányi hévíz és gyógyereje. In: *A magyar orvosok és természetvizsgálók 6. vándorgyűlésének történeti vázlatok és munkálatai*. Pécs. pp. 162–175.
- PESTY, F. (2001): *Somogy vármegye helynévtára*. Kaposvár
- REISZIG, E. (1914): Somogy vármegye községei. In: Csánki Dezső (szerk.): *Magyarország vármegyéi és városai* 14. Somogy. Budapest. pp. 30-179.

- REÖTHY, F. (1989): Adatok a szemesi posta-lóváltóállomás történetéhez. In: Sebestyén Kálmán (szerk.): *Postamúzeumi Évkönyv 1989*. Budapest
- REÖTHY, F. (1990/a): Eötvös Károly szemesi nyaralója. In: Reöthy Ferenc–Stirling János (szerk.): *Szemes. Tanulmányok Balatonszemes múltjáról és jelenéről*. Balatonszemes. pp. 377–381.
- REÖTHY, F. (1990/b): Szemes és környékének közlekedése. In: Reöthy Ferenc–Stirling János (szerk.): *Szemes. Tanulmányok Balatonszemes múltjáról és jelenéről*. Balatonszemes. pp. 183–204.
- RIGÓ, L. (2018): Balatonberény krónikája. *Berényi Hírlap*, 2018. március 15.
- SCHOEDL, E. (1934): *Balatonszemes Fürdőegyesület 1908–1933*. Budapest
- SLEICHER, V. (2014): *Kulturális kölcsönhatások a Balaton térségében 1822–1960 között*. Doktori disszertáció. ELTE BTK. Történettudományok Doktori Iskola
- STIRLING, J. (1990): A villatelep fejlődése és a Szemesi Fürdőegyesület. In: Reöthy Ferenc–Stirling János (szerk.): *Szemes. Tanulmányok Balatonszemes múltjáról és jelenéről*. Balatonszemes. pp. 231–264.
- SZAPLONCZAY, M. (1914): A Balaton. In: Csánki Dezső (szerk.): *Magyarország vármegyéi és városai 14. Somogy*. Budapest. pp. 21–29.
- SZAPLONCZAY, M. (1896): *A Somogyi Balatonpart községei mint Nyaraló és fürdőhelyek*. Kaposvár
- SZAPLONCZAY, M. – VAJTHÓ, J. (1907): A balatoni fürdők és üdülőhelyek leírása. In: Kardos Ignác–Simalya Ferenc (szerk.): *A Balaton összes fürdő és üdülőhelyeinek leírása a Balatoni Szövetség támogatásával*. Budapest.
- SZITA, L. (1973): *Harkány fürdőtörténet 1823–1973*. Harkány
- TARNÓCZKY, A. (2013): *Hol, mi? Kanizsai házak és lakóik*. Nagykanizsa. Digitális megjelenés: [www.nagykar.hu](http://www.nagykar.hu)
- T. MÉREY, K. (1990): A gazdasági és társadalmi élet alakulása a számok tükrében. In: Reöthy Ferenc–Stirling János (szerk.): *Szemes. Tanulmányok Balatonszemes múltjáról és jelenéről*. Balatonszemes. pp. 175–182.
- T. MÉREY, K. (2012): *A gróf Hunyady család Somogy megyei uradalmainak leltára 1822*. Fontes Comitatus Simighiensis III. Kaposvár
- UJVÁRY, I. (1914): Mezőgazdaság, állattenyésztés, szőlőművelés, erdészet. In: Csánki Dezső (szerk.): *Magyarország vármegyéi és városai 14. Somogy*. Budapest. 301–343.
- VARGA, P. Zs. (2021): A ceruzakereskedéstől a komlói szénbányászat megteremtésig. Engel Adolf vállalkozásai az 1840-es évektől az első világháborúig. In: Pelles Márton – Jakopánecz Eszter – Kaposi Zoltán (szerk.): *Úton a jövőbe*. Pécs. pp. 56–68.
- VIRÁG, Á. (2005): *A Sió és a Balaton közös története 1055–2005*. Budapest.

#### **Hivatkozott statisztikai források**

- GAZDACÍMTÁR (1893): *Magyarország földbirtokosai és földbérlői*. Budapest
- GAZDACÍMTÁR (1895): *A magyar korona országainak mezőgazdasági statisztikája*. 2. kötet. Budapest, 1897.
- GAZDACÍMTÁR (1911): *Magyarországi Gazdacímtár*. Budapest, 1912.
- MSÉ: *Magyar Statisztikai Évkönyv* 1900, 1905. 1911–13. Budapest

**NÉPSZÁMLÁLÁS (1910):** *A magyar szent korona országainak 1910. évi népszámlálása. 2. A népesség foglalkozása és a nagyipari vállalatok községenkint.* Budapest, 1913.

### **Levéltári és múzeumi források**

MNL SML IV. 1.h. 39. Ö. 282-283 = Magyar Nemzeti Levéltár Somogy Megyei Levéltára IV. 1.h. 39. Összeírások. 282-283. 1806. év.

MM A 254 = Marcali Múzeum. Adattár, A-254 lista

MM Tdgy. 2020.38.3 = Marcali Múzeum. Történeti Dokumentum Gyűjtemény, 2020.38.3.

Kataszteri térkép, 1865: Digitális változat: <https://mapire.eu/hu/map/cadastral>

### **Hivatkozott sajtóanyagok**

AU = Az Ujság; B = Balaton; BV = Balatonvidék; BH = Berényi Hírlap; KT = Köztelek; PH = Pesti Hírlap; SH = Somogyi Hírlap; SHL = Somogy vármegye Hivatalos Lapja; SV = Sportvilág; SVM = Somogyvármegye; VV = Vadász- és Versenylap; V = Világ; ZM = Zalamegye

# A KÖR NÉGYSZÖGESÍTÉSE: BUDAPEST LEHETŐSÉGEI A KELET-KÖZÉP-EURÓPAI VASÚTI VÁROSLÁTOGATÓ TURIZMUS ESETÉBEN

<sup>1</sup> Molnár Balázs – <sup>2</sup> Lévai Zsolt

<sup>1</sup> menetrendi szakértő, MÁV-START Zrt.; molnar.balazs@mav-start.hu

<sup>2</sup> szenior kutató, KTI Közlekedéstudományi Intézet Nonprofit Kft.; PhD-hallgató, NKE HHK Katonai Műszaki Doktori Iskola; levai.zsolt@kti.hu

DOI: 10.15170/TVT.2021.06.03.02.

## Absztrakt

A 2019 végén elindult koronavírus világjárvány jelentős mértékben átrendezte világunkat és értékrendünket. A védekezés miatti bezártságból kiszabadulva, az utazások engedélyezésével várható, hogy a turisztikai iparág mindent megtesz, hogy a korábbi utazási volumen visszaálljon és folytatódjon az idegenforgalom fellendülése. Eközben folyamatos a törekvés a kormányzati szereplők részéről arra, hogy a fenntarthatóság irányába mozduljon el a közlekedési módok megoszlása. Ezek alapján cikkünk a vasúti közlekedés, mint környezetbarát utazási mód, és a turizmus viszonyát vizsgálja a közép-európai térségben. Az európai turisztikai piac egy jelentős hányadát teszik ki a térség szempontjából harmadik országnak tekinthető kiindulási helyről érkező városlátogató turisták. Sokan repülővel érkeznek Közép-Európába, majd a városközi közlekedésük egyik módja pedig a vasút igénybevétele. Tanulmányunk az eddig jól fejlődő közép-európai vasúti rendszerre alapozva mutat be új vasúti járattervezési lehetőségeket, ezáltal a vasút versenyképességének növelését célzó javaslatokat.

*Kulcsszavak: járattervezés; városlátogató turizmus; vasúti turizmus; versenyképesség*

## Abstract

The coronavirus pandemic that started at the end of 2019 has significantly reshaped our world and our values. With travel being allowed to resume, the tourism industry is expected to do its utmost to restore previous travel volumes and continue the tourism boom, free from the protection lockdown. Meantime, there is a continuing push by government actors to shift the modal split towards sustainability. Connected to this background, this article examines the relationship between rail as an environmentally friendly mode of travel and tourism in the Central European region. A significant share of the European tourism market is made up of tourists visiting the region from third countries. Many people arrive in Central Europe by air, and then use rail as a mode of inter-city transport. Our study presents new options for rail route designing based on the well-developed Central European rail system, and thus proposals to increase the competitiveness of rail.

*Keywords: product designing; city tourism; rail tourism; competitiveness*

## Bevezetés

A címben megfogalmazott matematikai probléma, egy kör területével azonos területű négyzet szerkesztése, nem oldható meg az euklideszi geometria módszereivel, ugyanis  $\pi$  értéke nem határozható meg teljesen pontosan körzővel és vonalzóval. Cikkünk címének eleje nem csak egy matematikai probléma, hanem egy, az 1920-as évek elején játszódó orosz színpadi mű címe is. Valentyin Katajev vígjátékában<sup>1</sup> a sok félreértés utáni katarzisban a szereplők végül egymásra találnak és a szerelem ereje győzedelmeskedik. És hogy kapcsolhatók mindezek a kelet-közép-európai vasúti városlátogató körutazásokhoz? Reményeink szerint cikkünk végére kiderül.

A közelmúlt eseményei – bátran kimondható – alapjaiban változtatták vagy inkább változtatják meg a világ működését – hiszen a folyamat még nem zárult le. Igaz ez a vasúti közlekedésre éppúgy, mint a turisztikai szolgáltatások piacára. Az egyik várható felfutási modell szerint a járvány lecsengése utáni újraindítás lökésszerű hatást indukálhat a turizmusnál, mert pótolva a lezárás alatt elhalasztott utazásokat (CSAPÓ-TÖRŐCSIK 2020), turisták tömege indulhat meg a bejáratott, jól ismert célpontok felé. A kiépített infrastruktúrák is igénylik a felhasználókat. Ezért feltételezzük, hogy a turizmust kiszolgáló közlekedési rendszert is jelentős hatás éri. Ez a hatás a közlekedés minden alágazatát eléri, így a vasúti szektort is. Kutatási hipotézisünk szerint a járvány után újrainduló utazások esetén Budapest és Magyarország jelentősége megnőhet, amennyiben a közép-kelet-európai turizmus egyik központjává fejlődik. Ez elősegíthető, ha a térségi turisztikai vasúti utazások kiindulópontja Budapest lesz. A Közép-Európába a tengeren túlról érkező turisták száma a járvány előtti előrejelzések szerint növekvő (1. táblázat). Ez megalapozhatja hipotézisünk helytállóságát.

**1. táblázat. A főbb tengerentúli piacok kiutazó turizmusa (előrejelzés).**

Küldőpiac	Kiutazó turisták száma (ezer fő)	Long haul (tengeren túli) úti célok részesedése	Európa részesedése a long haul turizmusból***	A KKE* régióba érkező turisták száma (ezer fő)	A KKE* régió részesedése az európai beutazásokból	Az Európába irányuló utazások számának változása	
						2016	2016–2021
Argentína	10 608	29,6%	38,8%	136	11,2%	+4,3%	+38,0%
Ausztrália	16 587	96,0%	32,9%	492	9,4%	+15,2%	+18,8%
Brazília	8 187	71,4%	48,6%	257	9,0%	+10,0%	+21,5%
EAE**	3 398	47,2%	59,6%	52	5,4%	+9,4%	+42,6%
India	15 933	95,9%	15,5%	829	35,0%	+52,3%	+52,3%
Japán	22 463	65,8%	29,9%	662	15,0%	+34,0%	+20,2%
Kanada	33 145	38,5%	38,7%	335	6,8%	+14,4%	-15,5%
Kína	86 036	45,6%	26,5%	3 932	37,8%	+62,8%	+45,3%
Mexikó	21 771	13,1%	51,2%	165	11,3%	+21,8%	+14,8%
Oroszország***	18 422	25,7%	–	7 050	51,5%	+59,8%	+67,9%
USA	104 037	59,7%	43,8%	3 679	13,5%	+38,1%	+57,9%

\*Közép- és Kelet-Európa = Azerbajdzsán, Bulgária, Csehország, Észtország, Kazahsztán, Kirgizisztán, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Magyarország, Oroszország, Örményország, Románia, Szlovákia, Ukrajna.

\*\*EAE = Egyesült Arab Emírségek.

\*\*\*Oroszország esetében az Európába történő utazások régió belüli (short haul) utazásnak számítanak.

*Forrás: MTÜ (2017)*

A tengerentúli turisták egyik közlekedési eszköze könnyebb igénybevehetősége miatt hagyományosan a vasút, amely a jövő nyertese is lehet. Az elmúlt évtizedekben először a fapados repülés, majd az autóbuzos távolsági közlekedés jelentett jelentős kihívást a vasút

<sup>1</sup> Valentyin P. Katajev: A kör négyzögesítése / Kvadratura kruga (1928)

számára, úgy tűnik azonban, hogy új piaci egyensúly alakul ki, megváltozott fogyasztói igényekre válaszolva.

A világban egyre erősödő környezettudatosság előretörését a vasúttársaságok ki akarják használni, a trend egyértelmű: a tudatos fogyasztók a környezetbarát közlekedést helyezik előtérbe. Egy ausztrál, európai vonatjegyeket is árusító utazási iroda munkatársai szerint az ügyfelek között egyre inkább előtérbe kerülnek a tudatosan választó ügyfelek (SUTHERLAND 2019). Tanulmányunk másik kutatási kérdése a vasúti közlekedés lehetőségei ebben a megváltozott helyzetben. Vizsgálatunk és az abból levont következtetések, valamint az azok alapján tett javaslataink célja, hogy a vasúti közlekedés versenyképessége és közlekedési munkamegosztásban betöltött szerepe tovább növekedjék, így segítve környezetünk megóvását.

Cikkünkben a városlátogató turisták és a vasúti járat tervezés új megközelítésén át vizsgáljuk a turizmus és a vasút viszonyát: a már eddig is jól működő közép-európai vasúti körutazások „négyzögét”: a Budapest – Prága – Bécs – Zágráb útvonalat elemezve teszünk javaslatot új, Budapestről induló vasúti körutakra, csillagtúrákra, bemutatva, hogy mely vasúti desztinációkban érdemes Budapestet kiinduló állomásként hirdetni. A bemutatott példák alapján reményeink szerint a főváros és az ország turisztikai bevételei növelhetők.

## 1. Városlátogató turisták

A városok a kultúra széles skáláját kínálják, a szabadidős termékek és szolgáltatások szerteágazó kínálatát nyújtják (LŐRINCZ – MICHALKÓ 2011). Általában kimondható, hogy az európai városokba más földrészekről érkező turisták zöme maga is városlakó, azaz rendelkezik tapasztalatokkal arról, hogyan kell a várost fogyasztani. Ez egyben rámutat a városok globalizációjára is (McDonaldisation) (LŐRINCZ – MICHALKÓ 2011).

A városba látogatók motivációi akár többrétegűek is lehetnek. A hivatás- vagy egészségügyi turisták például szabadidejükben hódolhatnak a kulturális szenvedélyüknek, gyönyörködhetnek a látnivalókban, kulináris élményeket szerezhetnek. A távolról érkező városlátogatók leginkább adott város (multi)kulturális élményeit keresik. A természeti és építészeti örökség megtekintése mellett további kulturális jellegű élmények befogadására vágyanak. Éppen ezért a legnagyobb turistaforgalmú városok nem az egy kiemelt vonzerővel rendelkező települések, sokkal inkább azok, amelyek regionális központok és rengeteg kultúra (kulturális hatás) keveredése jellemző rájuk (például Berlin).

Fontos kiemelni, hogy a városlátogató turizmus nem tekinthető szezonális tevékenységnek, a városok vonzereje egész évben megvan, leginkább az egyes korosztályok szabadságolási rendje (szünideje) hat rá. Ugyanakkor ma már a városlátogató turizmus népszerűbb, mint a tengerparti üdülés (TO 2018). Ez is óriási segítség a hatékony és egyben ezért környezetkímélő közlekedés szervezésénél.

A hosszabb tartózkodások helyett a 2-3 éjszakás tartózkodások a jellemzőek, az utazások átlagos időtartama csökken (RAFFAY 2020). Éppen ezért a tengerentúli utasok a 2-3 hetes európai szabadságuk alatt több várost is felkeresnek. E tekintetben lényeges kérdés lehet a városlátogatások közti holtidő, azaz az utazás ideje. Egy adott térség vonzerejét növelheti, ha a látnivalók között kevés holtidővel tud mozogni a turista.

Vannak olyan turisták, akik egy adott városban kevesebb, mint 1 napot töltenek el (hiperturisták), kérdés azonban, hogy ők mennyi élményt tudnak befogadni. Számukra a gyorsaság fontos tényező, így a közlekedés terén is a legyorsabb eszközt választják. A többség azonban az élmények befogadására szán elegendő időt, így számukra nem feltétlenül a

gyorsaság a legfontosabb, sőt egyes trendek igyekeznek a turizmust szándékosan le is lassítani (slow-tourism). Az élmények befogadásának egyik módja lehet az utazás alatti gondolkodás, az élmények feldolgozása, a pihenés; sőt, maga az utazás is lehet élmény. Az ilyen típusú turisták számára lehet ideális közlekedési eszköz a vonat, mely megfelelően gyors, ugyanakkor hagy időt a relaxációra és a vonatos utazás is lehet élmény. Mindezek mellett a környezettudatos turista-viselkedés is a vasút irányába terelheti a látogatókat. A felelős közlekedési eszközválasztásról a következő fejezetben szólnunk.

A különböző vasúti közlekedési megoldások eltérő jellegűek. A nagysebességű vonalak általában olyan vonalvezetésűek, hogy kevés látnivalót kínálnak, sok az alagút és a zajvédő fal, elmosódnak a közeli tárgyak a száguldástól. A hagyományos, 19. századi építésű hegyi vasutak viszont maguk is turisztikai érdekességek lehetnek. E két szélsőség közötti mező igen széles. A Dunakanyar vasútja például fontos elővárosi és nemzetközi fővonal, egyszerre nyújt kilátást a folyamra és a környező hegyekre, csodálható meg a visegrádi vár, és egyben utazási lehetőség is Prága és Budapest között. Sok utazó, ha választhat, a lassabb, de szebb útvonalat járja be és kerüli a nagysebességű közlekedést.

## 2. Környezettudatos közlekedési eszközválasztás

A repülés ma már a mindennapi közlekedés része. A közlekedő repülőjáratok az ICAO<sup>2</sup> adatai szerint a világ széndioxid kibocsátásának 2 %-áért felelősek (ICAO é. n.), mely kibocsátás nagymértékben hozzájárul a globális felmelegedéshez. Kutatók megállapították, hogy a fapados légitársaságok elöretörésével a rövid távú repülés társadalmilag elfogadott napi szintű utazási móddá vált (GÖSSLING et al. 2019). Ez Magyarországon is tapasztalható volt olyan széles körben ismert jelenségek kíséretében, mint például a külföldi, főleg brit fiatalok Budapesten megtartott legénybúcsúi. A mindennapi repülés elterjedése okán a légi utasok száma az elmúlt években évi 3,7 milliárd főt ért el, míg az összes közlekedési mód együttvéve 7,1 milliárd utast szállított el (MARKHAM et al. 2018). Látható, hogy az utasok több mint fele repülővel utazott. Ez a légiközlekedési ágazat jelentős növekedését hozta a 2010-es években. Kérdésként merül fel, hogy az emberek miért utaznak ilyen jelentős számban repülővel. Egy 2009 évi angol kutatás (HARES et al. 2010) szerint ennek okai az alábbiak:

- a repülés az utazás egyetlen megfelelő opciója;
- nem tudatosul a klímaváltozás iránti személyes felelősség;
- a szabadságot nagyra értékelik.

A Bevezetésben említett ausztrál példa az európai kontinensen is megtalálható. A 2010-es évek közepétől az ismert, fiatal svéd klímaaktivista Greta Thunberg által indított „Péntek a jövőért”<sup>3</sup> mozgalom tagjai már szándékosan nem utaznak repülővel, hanem a környezetkímélőbb vonattal és hajóval. A mozgalom jelszava a „Flygskam” (repülésszégyen) először 2016-ban jelent meg a közösségi médiában, míg angol változata a „flightshame” 2018-ban (BECKEN et al. 2019). A szó által megtestesített magatartásforma azóta egyre több emberhez jut el. Lényege, hogy az ember szégyent érez az okozott környezetszennyezés miatt, ha a repülést választja.

A közösségi médiafelületeket kihasználva a mozgalom és ezáltal a tudatos közlekedési módválasztás egyre népszerűbb. A környezetvédelem további világszerte ismert arcai, például David Attenborough természetfilmjei vagy Ferenc pápa Laudato si' kezdetű enciklikája szintén

<sup>2</sup> International Civil Aviation Organization – Nemzetközi Polgári Repülési Szervezet

<sup>3</sup> Fridays For Future (FFF)

hatalmas közönséghez jutnak el. A klímaváltozással kapcsolatos téma aktualitása megkérdőjelezhetetlen és egyértelműen kirajzolódnak a fejlett országokban követett fejlődési irányvonalak. Az európai politikai térben a fenntarthatóság kérdésköre kiemelt területté vált: az Európai Bizottság elnöke ezt tette politikája központi fogalmává (PORTFOLIO 2019).

E társadalmi viselkedésváltozás eljutott tehát egy olyan szintre, amikor az utasok azért utaznak adott közlekedési móddal, hogy védjék a környezetet. GONDA és RAFFAY kutatása szerint hazánkban az emberek 37,8 %-a jár el így (GONDA – RAFFAY 2021). Ennek leginkább a vasúti közlekedés felel meg, így a tudatos eszközválasztás a vonatok nagyobb arányú igénybevétele felé mutat. Amennyiben az ember környezettudatosan él, szabadságát, vakációját is ennek megfelelően tervezi meg és turistaként is így viselkedik. Tanulmányunkban a következőkben a vasúti közlekedés turisztikai aspektusait vizsgáljuk, annak érdekében, hogy választ kapjunk a Bevezetésben felvetett kutatási kérdésekre.

### 3. A vasúti járat tervezés turisztikai alapú megközelítése

A vasúti járat tervezés hagyományos módja szerint a vasúttársaságok leginkább az egymásnak nyújtott teljesítmények kiegyenlítésére törekedtek (például futott kocsik), így az egyes nemzetközi járatok nem minden esetben a tényleges utasigényeket követték elégtették ki. A járat tervezés<sup>4</sup> turisztikai alapú megközelítése azonban megfelelően tud reagálni a tényleges utazási igényekre. MICHALKÓ (2007) könyvében a turizmus infrastruktúrájának tekinti a közlekedési ágazatot, amelynek mennyiségi és minőségi mutatói kiemelt jelentőséggel bírnak a vendégforgalom eredményes lebonyolításában. Megítélése szerint a vasúti személyszállítás európai színvonalú infrastrukturális elemeit képezik azok a járatok, amelyek nemzetközi és belföldi viszonylatban fővárosok, régió- és megyeközpontok gyors, kényelmes megközelítését teszik lehetővé (MICHALKÓ 2007).

Az európai vasúti hálózat sűrűsége lehetővé teszi, hogy a főbb turisztikai célpontok elérhetők legyenek vasúton is. A vágányok behálózzák az egész kontinenst, még a brit vagy dán szigetekre is közvetlen eljutást biztosítanak. Összehasonlítva a vasúti ellátottságot a polgári repülőterek számával, teljesen egyértelmű, hogy vasúttal sokkal több település és turisztikai célpont közelíthető meg, mint repülővel. Természetesen a repülés esetében is felmerülhet az egyéni és a közösségi közlekedés kombinációja (autóbérlés a repülőtéren), sőt a GDS<sup>5</sup> rendszerek kialakításának egyik fő mozgatórugója pont ez volt, hogy a kevesebb számú repülőteréről több célpont is kényelmesen elérhető legyen.

Amikor döntünk, hogy utazásunkat miként bonyolítsuk le, akkor a közlekedés minőségi paramétereit vesszük számításba. Ezek a következők:

- kényelem;
- ár;
- gyorsaság;
- rendelkezésre állás.

A vasúti turizmus keresletét elemezve SOMOGYI B. (2019) doktori értekezésében az utasok motivációját három csoportba sorolja. Fontos kérdés a választási preferencia és a motiváció összekapcsolódása. Mind az elsődleges motivációjú, csak a vasúti élményért utazók, mind a

<sup>4</sup> A fogalom a menetrendek kialakításán túl a vasúti közlekedési szolgáltatás egészének tervezését jelenti.

<sup>5</sup> Global Distribution System – Globális elosztó rendszer

másodlagos és harmadlagos motivációjú, a vasutat közlekedési eszközként választók esetében (SOMOGYI 2019) a fenti minőségi paraméterek játszanak szerepet döntésük meghozatalakor.

A továbbiakban ezeket a paramétereket vizsgáljuk a vasút tekintetében.

A kényelem az utazási körülmények egyik legfőbb meghatározó tényezője. Egyéni közlekedés választása esetén ugyan kizárjuk idegenek társaságát, ugyanakkor a vezetés terhe még kerékpározás esetén is, ránk nehezedik. A közúti közlekedés jelentős stresszhelyzetet eredményez, ez mindenképpen megterhelő és pihenésünk ideje alatt nem biztos, hogy ezt választjuk.

A közösségi közlekedés esetén mint utasok veszünk részt a folyamatban, így a közlekedés menetét nem magunk irányítjuk. Az ilyen választás esetén bízunk kell a szolgáltatóban, cserébe teljes kényelemben utazhatunk adott járással. De mit is jelent ez? Sok körülmény játszhat ebben szerepet, kezdve a jármű ergonómiai kialakításától, az utastársakon át a nyújtott szolgáltatásokig. A vasút esetén az alábbi megoldások szolgálhatják az utasok kényelmét (LÉVAI – MOLNÁR 2020):

- termes és fülkés ülőkocsik közlekedtetése (szeparáció);
- 1. osztályú utazás: kevesebb utas, nagyobb lábtér;
- étkezőkocsi: az utazás tartama alatt egyes vonatokon lehetőség nyílik a menet közbeni étkezésre, de az étkezőkocsiban lehetséges csak italfogyasztás is (például sör, kávé, üdítők, stb.);
- külön kijelölt ülőhelyek: családi szakasz, külön fülke nők és kisgyermekkel utazók részére, csendes szakasz;
- éjszakai utazás lehetősége: speciális, alvásra alkalmas kocsik közlekedtetése;
- kerékpárszállítás;
- segítséggel élők utazása;
- lazább csomagszabályok;
- fedélzeti szórakozás lehetőségei: asztal, WIFI csatlakozás, filmnézés, zene vagy rádióhallgatás, olvasáshoz, konnektor és USB töltő, külön olvasólámpa biztosítása.

Az ár kérdése szorosan összefügg a nyújtott szolgáltatásokkal. Az természetes, hogy a legtöbb turista próbál az utazáson spórolni és pénzt inkább a célpontokon elkölteni, ugyanakkor sokan vannak olyanok is, akik számára az utazás is élmény és ez idő alatt is szeretnének megfelelően magas szintű szolgáltatásokat igénybe venni. A kétféle attitűdöt az árazással is követni kell, a kisebb társaságok, családok részére speciális árszintek kialakításával lehet kedvet csinálni a vasúti utazásokhoz. Az éjszakai vonatokon az ágyban alvás lehetőségét is kínálják szolgáltatók, ennek természetesen felára is van.

A gyorsaság tekintetében a repülés vezető helye megkérdőjelezhetetlen, de már az 1960-as évektől kezdődően a vasúti szektor alapvető törekvése volt, hogy a vonatok sebességét olyan mértékűre emelje fel, amely már a repülővel történő kontinentális eljutás versenytársa lehet. Az első európai nagysebességű vonat Franciaországban 1981-ben közlekedett Párizs és Lyon között, azóta számos vonalon indult el az emelt sebességű (> 200 km/h) közlekedés. Ugyan a vonatok végsebessége még jócskán elmarad a repülés sebességétől, de az eljutási időket tekintve már a nagysebességű vasúti közlekedés felveszi a versenyt a rövid- és közép távú kontinentális légközlekedéssel.

A vonatok többsége azonban a 100-200 km/h sebességtartományban közlekedik, így ez a paraméter még mindig a légi közlekedés felé billenti a mérleg nyelvét, és az alacsonyabb tartománnyal még a személygépkocsik is versenyre kelnek. Ugyanakkor az is igaz, hogy azok számára, akiknek az utazás is élményként jelenik meg, nem biztos, hogy szükségük van az emelt sebességre. Ahogy már említettük, a hegyekben, vízpartokon közlekedő vonatokból elének táruló táj szépségét csak „megfelelően lassú” tempó mellett lehet élvezni.

A rendelkezésre állás tekintetében a vasutat csak a közösségi közlekedés többi módjával érdemes összehasonlítani. Ennél a paraméternél első számú a menetrend jelentősége, amely szolgáltatási katalógusként is értelmezhető. A menetrendet ugyanis nem pusztán egy út-idő grafikonként kell értelmezni, hanem mindannak megjelenítőjeként, amit adott vonattal kapcsolatban egy vasúttársaság, mint szolgáltatást kínál, amelynek csak egyik eleme a vonat közlekedésnek időrendje. A rendelkezésre állásnál azonban csak ez az időrend fontos, persze ez is tágabb értelemben. Ebbe beleértjük azt is, hogy a vonat mely napokon közlekedik. Ez azért fontos, hogy tudjuk, a tervezett napon egyáltalán elérhető-e a szolgáltatás vagy sem. Nem minden nap közlekedő vonatok esetében kérdésként merül fel, hogy tudunk-e alkalmazkodni a közlekedési rendhez és a vonat közlekedési napján utazni, vagy más közlekedési eszköz után kell néznünk.

Azon célpontok között, ahol rendszeres és nagy forgalom realizálódik naponta több vonat is közlekedik célszerű az ütemes menetrend alkalmazása. Ebben a menetrendi szerkezetben a vonatok (LÉVAI – MOLNÁR 2020):

- az órának mindig ugyanabban a percében;
- ugyanabban az irányban;
- ugyanarról a vágányról, peronról;
- ugyanolyan minőségű és kinézésű szerelvénnel közlekednek és
- ugyanolyan átszállási, csatlakozási lehetőségeket biztosítanak.

Az ütemes menetrend az utasok számára (LÉVAI – MOLNÁR 2020):

- könnyen megjegyezhető menetrendet;
- egyértelmű utastájékoztatót;
- könnyű (intermodális) csatlakozás-szervezést biztosít.

Ezek az előnyök egyre inkább elterjedtté teszik az ütemes menetrendi szerkezetet, így a nemzetközi vonatoknak is ehhez kell alkalmazkodniuk adott országban. Ez bizonyos esetekben problémát jelenthet, amennyiben a szomszédos országok által használt menetrendi szerkezetek eltérőek. Az ütemes menetrend jellemzőjeként ismert szimmetriatengely (BORZA et al. 2007) megfelelő megválasztásával ezek a problémák kiküszöbölhetők.

A nemzetközi vasúti járatok tervezésekor már a fentiekre tekintettel kell a vonatok útvonalát és szolgáltatásait kialakítani. Ezt az újfajta, turisztikai alapú megközelítést szükséges alkalmazni annak érdekében, hogy a vasúti szektor versenyképessége megmaradjon. Emellett figyelemmel kell lenni a 2. pontban részletezett környezettudatos módválasztásból következő utazási igényekre. E két kihívásra adható válasz az ütemes menetrend alapján kialakított, megfelelően magas színvonalú vasúti szolgáltatás, lehetőleg közvetlen eljutási lehetőségekkel. Amennyiben adott városok között ütemes menetrendi szerkezetet alakítunk ki, az az egész napi eljutási lehetőség biztosításával megfelelően tudja biztosítani a vasúti körutazások lebonyolíthatóságát.

#### 4. A közép-európai vasúti körutazás négyszöge

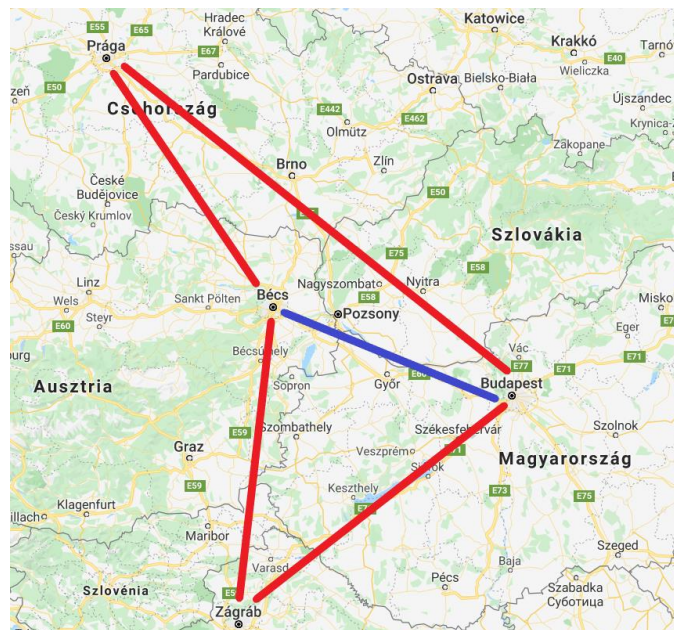
Közép-Európa turisztikai szempontból három legjelentősebb városa Bécs, Budapest és Prága. Negyedik, ötödik és további helyszín is vizsgálható, jelen tanulmányban egy negyedik pontot rögzítettünk, ez Zágráb. A horvát főváros nem hasonlítható a másik három városhoz, inkább az Adria kapujaként, turisztikai elosztó központként került e körbe. A következő pontokban az említett városok közötti kapcsolatokat vizsgáljuk, illetve választ keresünk az utasforgalom nagyságára.

##### 4.1. Vasúti kapcsolatok

A négy város elhelyezkedését az 1. ábra szemlélteti. A 2021-es menetrendi évben elérhető nemzetközi vasúti összeköttetéseket<sup>6</sup> piros és kék vonalak jelölik. Amennyiben a négy várost körbe szeretnénk látogatni, akkor a következő közvetlen vonatok közül választhatunk:

- Budapest – Prága;
- Budapest – Bécs;
- Bécs – Prága;
- Bécs – Zágráb;
- Budapest – Zágráb.

#### 1. ábra. Közép-Európa legfontosabb városainak elhelyezkedése.



*Forrás: google.com/maps alapján saját szerkesztés*

Látható, hogy csak Prága és Zágráb között nincs közvetlen vonat, a többi relációban elérhető a közvetlen összeköttetés. A forgalomra a járatok számából következtetünk. Azt feltételezzük, hogy a kínálat a kereslet változását követve bővül. A közlekedő vonatok nagy számából arra következtetünk, hogy a legnagyobb utasforgalom a Budapest – Bécs, Budapest – Prága és Bécs – Prága várospárok között zajlik. Mivel a piacon verseny van, így a pontos utasforgalmi adatokat több szolgáltatótól lehetne összegyűjteni, de azok üzleti titoknak minősülnek, így nem

<sup>6</sup> Eltekintve a pandémia alatti korlátozásokról.

hozzáférhető. Az utasforgalom nagyságának növekedésére a közlekedtetett vonatok darabszámának emelkedéséből következtetünk (2. és 3. táblázatok).

### 2. táblázat. Vonatpárok száma Budapest és Bécs között, naponta.

év	2006	2011	2016	2021
vonatpár (db)	7	10	12	18

*Forrás: vasúti menetrendek alapján saját szerkesztés*

### 3. táblázat. Vonatpárok száma Budapest és Prága között, naponta.

év	2006	2011	2016	2021
vonatpár (db)	4	4	5	7

*Forrás: vasúti menetrendek alapján saját szerkesztés*

A nemzetközi idegenforgalom szempontjából a legfontosabb a Budapest – Bécs viszonylat. A két város között óránként felváltva közlekednek railjet és EuroCity (EC) márkanevű vonatok. A térségben magántulajdonú szolgáltató is jelen van az állami cégek mellett (Student Agency), kisebb járatszámmal. Az elmúlt 15 évben a vasúti forgalom az osztrák és a magyar főváros között dinamikusan bővült. A naponta közlekedő vonatok száma több, mint kétszeresére nőtt.

Forgalomnagyságot tekintve a következő, alacsonyabb forgalmú relációk a Bécs – Prága, Budapest-Prága viszonylat. A vonatok kétóránként közlekednek, valamint a magyar és a cseh főváros között rendelkezésre áll éjszakai összeköttetés is. Budapest felől Prágába a vonatok Pozsonyon keresztül közlekednek, így a szlovák főváros a rendszer részét képezheti, ugyanakkor idegenforgalma nem mérhető a többi városhoz. Ezzel szemben utasforgalmi szempontból Pozsony kiemelt pont, csúcsidőszakokban a pozsonyi főállomáson sokszor hosszú percekig tart a fel- és leszállás folyamata a vonatokról.

A legkisebb vasúti utasforgalom Budapest – Zágráb és Bécs – Zágráb között mérhető. Ennek megfelelően mind Bécsből, mind pedig Budapestről napi két vonatpár közlekedett. Sajnos az utóbbi időben a magyar – horvát forgalom visszaesett, így a második vonatpár közlekedését az érintett társaságok a nyári időszakra korlátozták. Prága és Zágráb közötti közvetlen fogalom elenyésző, így a két város között nem is közlekedik közvetlen vonat. Zágráb tehát kilóg ebből a rendszerből, de jellemző mozgás a térségben, hogy a városok felfedezése után a turisták az Adria part felé folytatják az utat.

Az utasforgalom összetételéről elmondható, hogy a nem európai turisták nagy számban választják a vasutat az európai utazásaik eszközéül. A távol-keleti államokból és az amerikai kontinensről érkező utazók és kisebb-nagyobb csoportok tesznek európai körutakat és látogatják meg ezeket a városokat. Természetesen nem csak Európán kívüliek utaznak ezekben a viszonylatokban, távolabbi európai országokból érkező turisták is szívesen használják a vasutat és az egyes desztinációk között az adott országok állampolgárai is jelentős számban utaznak.

#### 4.2. Versenytársak

A kutatás teljességéhez hozzátartozik a versenytársak, azaz az autóbuszok és a légi közlekedés helyzetének elemzése is.

##### 4.2.1. Autóbuszok

A nemzetközi buszközlekedés egyre inkább felfutóban van az utóbbi időkben. Elsősorban köszönhető ez annak, hogy Európa központi területén a belföldi piacnyitással új lendületet kapott a távolsági buszozás. A különböző elektronikus értékesítési csatornákon könnyen elérhető, alacsony árú jegyek révén elsődlegesen az árérzékeny csoportokat szólítják meg a buszos szolgáltatók. Több ernyőszerkezet is létrejött, amely egységbe fogta a különböző szolgáltatókat és saját árpolitikát és egységes megjelenést alkalmazva könnyen elérhetővé tette a buszos szolgáltatásokat szerte a kontinensen. A piacvezető pozíciót végül a Flixbus vívta ki, térségünkben még a Regiojet márkanév is jelen van, számos, új szolgáltató pedig már kiszorult a piacról az utóbbi években.

A szolgáltatás keretében az alábbi jellemző járatszámok ismertek a városközi forgalomban:

- Budapest – Bécs között a „csúcson” félóránként jártak a buszok;
- Budapest – Prága között jellemzően órás-kétórás sűrűséget értek el;
- Budapest – Zágráb között 2-3 óránkénti követés alakult ki;
- Bécs – Zágráb óránként-kétóránként indultak a járatok;
- Bécs – Prága óránként, félóránként közlekedtek;
- Prága – Zágráb napi néhány járat indult.

A folyamatosan változó járatszámokból az kivehető, hogy egyszerre növekvő és hullámzó a kereslet a buszközlekedésre a városok közötti forgalomban, a keresleti változásokat a szolgáltatók igyekeznek lekövetni, a menetrend sűrűn változik, miközben egymással is komoly (öldöklőnek is nevezhető) versenyben vannak. A buszos részarány növekedésének láthatóan vannak korlátai, az egyik szolgáltató (Student Agency) egyre inkább a vasúti összeköttetésekre koncentrál, a buszos piacról vonul vissza.

Ugyanakkor a buszjáratok egyes szolgáltatási elemei a fizikai kialakítás kötöttségei (a tér szűkösége) miatt elmaradnak a vasúti szolgáltatások jellemzőitől, így a kényelmi szempontok a potenciális utasok szemében a vasút javára döntenek a választást. Nyugat-Európában az autóbusz inkább csak az árérzékeny fogyasztói csoportok számára jelent megoldást, hiszen a legtöbb esetben a vasútnál (és természetesen az egyéni autós, motoros eljutásnál) lassabb. Kelet-Közép-Európában, egyes viszonylatokon a busz gyorsabb tud lenni a vasútnál, ezért akár dominánssá is válhat közösségi közlekedési eszközként egyes viszonylatokon. A vizsgált térségben Zágráb kedvező autópályás kapcsolatai és elavult vasúti infrastruktúrája miatt inkább buszos személyszállítási célpont. Az autóbuszos szolgáltatók törekednek arra, hogy a vasútnál alacsonyabb árakkal dolgozzanak. Ez Nyugat-Európában jellemző szegmentáló tényező, Közép-Európában azonban a vasúti árak alacsonyabbak, a közút és a vasút között valódi árverseny van.

#### 4.2.2. Repülés

A térségben a repülés egyedül a Prága – Budapest, illetve Prága – Bécs útvonalakon kap szerepet. A többnyire fapados légi járatokkal az eljutási idő városközponttól városközpontig számítva is órákkal rövidebb a vasúti menetidőnél, így ebben az esetben az erős verseny addig folytatódik, amíg nagysebességű pályák rendelkezésre nem állnak ezen a vasútvonalon. Ugyanakkor a közvetlen járatok száma alacsony (napi 1-2), így ez nem sok utas számára jelent kedvező megoldást. A vasút előnye az egész napos rendelkezésre állás, így az utasok a nap folyamán bármikor útra kelhetnek.

#### 4.2.3. Árverseny

Az árverseny azonban erős, így az egyes szolgáltatók árai nem térnek el lényegesen. Az alábbiakban a Budapest – Prága viszonylaton mutatjuk ezt be. A piacon legrégebb óta jelenlévő szolgáltató, az állami vasúttársaság árai alá mennek a piacra belépők. Ugyanakkor a nyomott árszint miatt az árak szórása a szárazföldi közlekedésben alacsony.

**4. táblázat. Legolcsóbb jegyárak euróban megadva a Budapest – Prága viszonylatra, 2021. szeptember 17-i vásárlással, adott napra.**

utazás napja	Ryanair	Regiojet	MÁV-START	Flixbus
2021. október 1.	34	18,3	20	18,6
2021. október 2.	13,4	18,3	20	18

*Forrás: szolgáltatók weboldala alapján saját szerkesztés*

*(1 € = 350 forint árfolyamon számítva)*

## 5. Fejlesztési lehetőségek

Budapest idegenforgalma szempontjából a térség másik két súlyponti központjával kiépített közlekedési kapcsolat létfontosságú. A város hálózati szerepe egyben turisztikai szerepének egyik fontos tényezője. Jelenleg a lassú közlekedési kapcsolatok miatt a térség felfedezése a szűkre szabott szabadságukat Európában töltő tengerentúli utasok számára kevésbé hatékony. Természetesen itt az élményeket habzsoló, sok várost bejáró turisták és a lassabb, komótosan felfedező utazók elvárásai eltérőek. Prága esetében éjszakai összeköttetés is rendelkezésre áll, így egy szállodai éjszakát kiváltva tudnak az utasok eljutni a két város között. A nagy távolságról érkező utazók ezeket az éjszakai eljutásokat is keresik, az éjszakai utazás időhatékonyosságát kihasználják. A fejlesztési lehetőségek tehát kétfélek:

- a) a hagyományos logika szerinti fejlesztések az ár-érték javítását árcsökkentéssel vagy minőség emeléssel célozzák (gyorsabb, kényelmesebb vonatok);
- b) a szálláshelykiváltó utazási lehetőségek fejlesztése esetében a pihenési idő számít, nem a menetidő, ezért olykor az éjszakai vonatok lassabban is közlekednek, az árak összehasonlítása esetében pedig a szálláshely költségigényét is figyelembe veszik.

Az első lehetőség az infrastruktúra fejlesztésével, illetve a szolgáltatási színvonal emelésével érhető el. A tervezett nagysebességű vasúti kapcsolatok kialakítása után München, Varsó és Kolozsvár is bekapcsolódhat a közép-európai vasúti körbe, így ezen városok turistaforgalma ezáltal is erősödhet. A második eset az éjszakai vonalhálózat fejlesztésével valósítható meg.

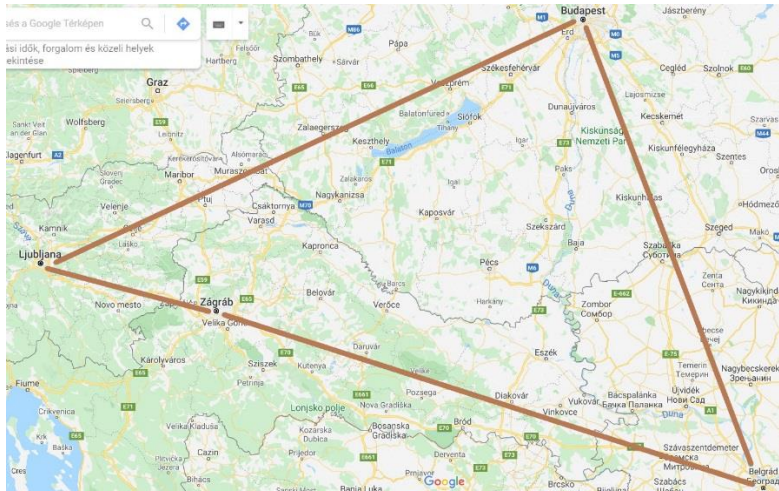
### 5.1. Új útvonalak

A vasúti útvonalak hálózatának fejlesztése Budapest központ szerepét erősítheti. A már bemutatott „négyyszög” mellett olyan egyéb körutazások kapcsolhatók a budapesti repülős érkezési és indulási ponthoz, amelyek egymástól néhány órányi vonatozásra találhatók. Ezek az útvonalak akkor jöhetnek létre, ha ezekben a térségekben a vasúti infrastruktúra megújul. Egyes szakaszokon a korszerűsítés már megkezdődött. Elemezve a vasúti infrastruktúra nyújtotta lehetőségeket, az alábbi javaslatokat tesszük a Budapestről indítható további vasúti körutazási lehetőségekre:

- „Balkáni hangulat”: Budapest – Ljubljana – Zágráb – Belgrád – Budapest (2. ábra);
- „Erdély kincsei”: Budapest – Kolozsvár – Segesvár – Brassó – Budapest (3. ábra);

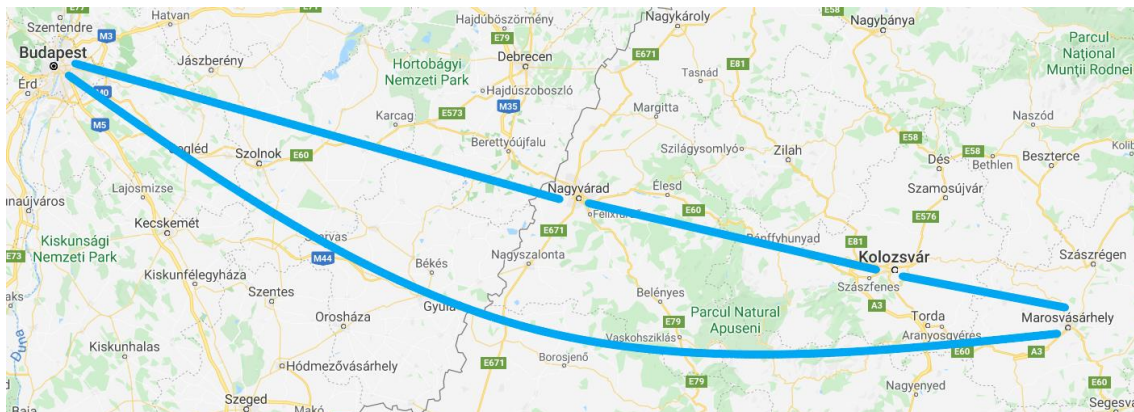
- „Kárpátok kulturális kavalkádja”: Budapest – Munkács – Lemberg – Kassa – Budapest (4. ábra).

## 2. ábra. „Balkáni hangulat” körutazás



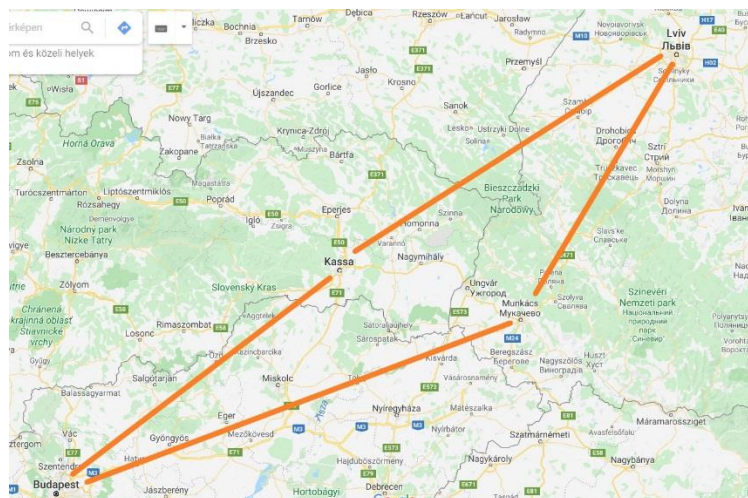
*Forrás: google.com/maps alapján saját szerkesztés*

## 3. ábra. „Erdély kincsei” körutazás



*Forrás: google.com/map alapján saját szerkesztés*

## 4. ábra. „Kárpátok kulturális kavalkádja” körutazás

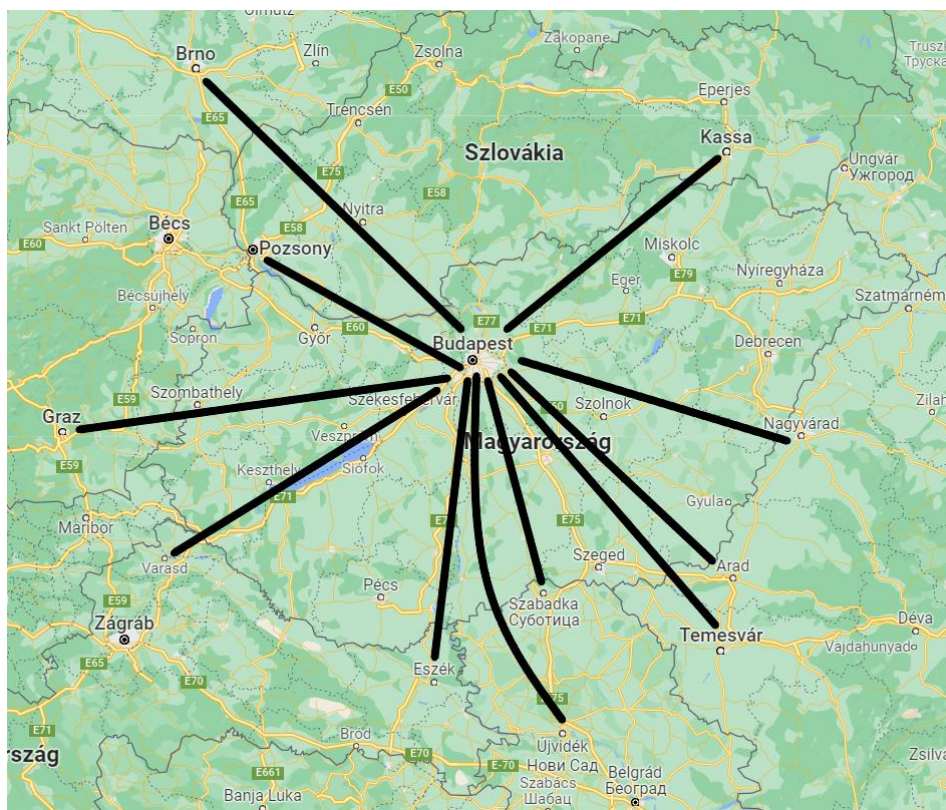


*Forrás: google.com/maps alapján saját szerkesztés*

A körutazások mellett a másik gyakori utazási mód, egy célpont kiválasztása, és onnan különböző másik célpontok felkeresése csillagtúra szerűen, azaz minden esetben visszatérni a központi városba. Ezek alapján megfontolásra javasoljuk a következő, Budapestről induló vasúti célállomásokat városlátogatásokra, egy napra (5. ábra):

- Pozsony;
- Brno;
- Kassa;
- Nagyvárad;
- Arad;
- Temesvár;
- Szabadka;
- Újvidék;
- Eszék;
- Varasd;
- Graz.

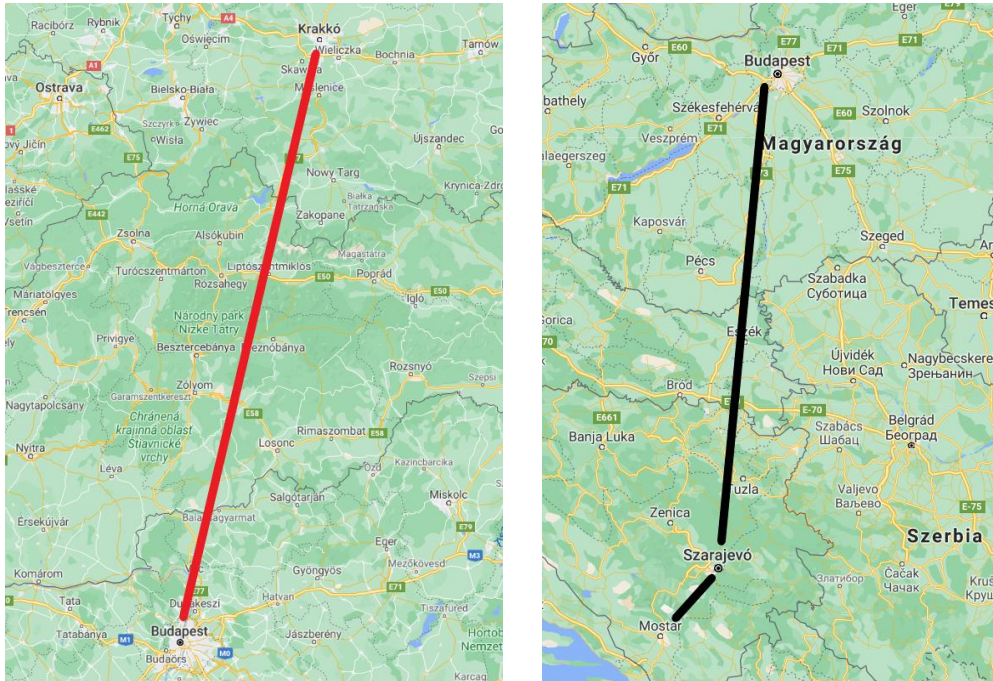
**5. ábra. Vasúti csillagtúrák Budapestről**



*Forrás: google.com/maps alapján saját szerkesztés*

Érdeemes kiemelni továbbá két olyan desztinációt, melyek kulturális értékei és nemzetközi turistaforgalma jelentősek, ugyanakkor Budapestről már nem tehetők meg a vasúti utazások oda-vissza egy nap alatt. Ebben az esetben javasoljuk éjszakai vonatok közlekedtetését, így az utazás és a szállás egyszerre letudható, a városok felfedezésére az egész nap rendelkezésre áll. Az egyik ilyen célpont Krakkó, a másik Szarajevó és Mostar (6. ábra).

**6. ábra. Budapest – Krakkó, Budapest – Szarajevó – Mostar**



*Forrás: google.com/maps alapján saját szerkesztés*

## 5.2. Járattervezés

Az új útvonalakon már közlekednek vonatok, egyes városokba közvetlen eljutási lehetőség is adódik Budapestről, ugyanakkor a bemutatott turizmus alapú járattervezés a következő fejlesztéseket igényli:

- a körutazások városai közötti közvetlen vonatok indítását (vasúttársaságok együttműködését);
- a csillagtúrák célpontjai és Budapest között egész napos, ütemes menetrend és közvetlen vonatok bevezetését olyan módon, hogy a célvárosban legalább 5-6 óra látogatási idő rendelkezésre álljon;
- szükség esetén a nappali vonatokat kiegészítését éjszakai szolgáltatással;
- a légkondicionált kocsik közlekedtetését;
- fedélzeti szolgáltatások nyújtását (étkezőkocsi, többcélú-teres kocsi<sup>7</sup>, WIFI, stb.);
- a nemzetközi és a belföldi viszonylatok összefűzését (közszolgáltató vonatok továbbközlekedése a határon túlra);
- az ilyen vonatok finanszírozási rendszerének megoldását (OSZTER 2019).

<sup>7</sup> kerékpárszállítás, mozgáskorlátozottak utazási lehetősége, gyerekmozi, stb.

## 6. Következtetések

A COVID járvány bezárta a világot az emberek előtt. A kifejlesztett ellenszerek hatása remélhetőleg hamarosan érvényesül, és a világ újra kinyílik. Feltételezésünk szerint a részleges vagy teljes nyitás új lendületet adhat a turizmus számára. Szakértői meglátások szerint a turizmus lökészerű növekedést érhet el, ez pedig szükségessé teszi a rendelkezésre álló közlekedési kapacitások vizsgálatát. Sok tengerentúli és ázsiai turista gondolhatja úgy, hogy európai körutazást tervez és egy szabadság alatt több európai célpontot is felkeres. Az ilyen, általában városlátogató turisták számára lehet vonzó az európai városok viszonylag könnyű és gyors egymás utáni elérése.

Cikkünk ebből a feltételezésből kiindulva vizsgálta a közép-európai térséget, ahol a nagy történelmi városok kedvező lehetőséget teremtenek a körutazásokra. Kutatási hipotéziseinket e szerint fogalmaztuk meg, keresve a választ a vasúti turizmus új lehetőségeire. A kelet-közép-európai térség turizmusának szempontjából Budapest lehet az egyik központ, ahonnan különféle vasúti körutazások és csillagtúrák indíthatók. Ahhoz, hogy a magyar főváros ezt a szerepet betölthesse, szükséges a vasúti járat tervezés turisztikai alapú kialakítása. Cikkünkben bemutattuk ennek alapjait és javaslatot tettünk azokra a járat tervezési fejlesztésekre, melyekkel kutatási céljainkat elérhetőnek gondoljuk. A tanulmányban konkrét javaslatokat tettünk a vasúti körutazásokra és csillagtúrákra.

Vizsgálataink alapján tanulmányunk főbb megállapításai az alábbiak:

- az élményeket habzsoló, időhatékony és slow utazók utazási preferenciái is eltérnek, ezért a vasúti infrastruktúra- és szolgáltatásfejlesztéseknek mindkét csoportot célozniuk kell;
- Budapest nemzetközi idegenforgalmi szerepét a közlekedési hálózat kapcsolatai jelentősen erősítik, a vasúti fejlesztések folytatása szükséges;
- a vasúti infrastruktúra kiépítettsége alapján Budapest alkalmas a kelet-közép-európai térség vasúti turisztikai központ szerepének betöltésére akár körutazások, akár csillagtúrák esetén;
- a vasúti járat tervezés hagyományos módszerei mellett alkalmazni kell a turizmus alapú megközelítést is;
- a járat tervezés során fejleszteni kell a menetrendi kínálatot és a vasúti szolgáltatási színvonalat.

Megállapításaink fő mondanivalója az, hogy a vasúti fejlesztések a turisztikai szektor, illetve a környezettudatosság szempontjából is kiemelt jelentőségűek. Javaslataink a turisztikai szakemberek számára lehetnek hasznosak azért, hogy felhívják a figyelmet Budapest lehetséges új turisztikai szerepére, mint a távolról érkező turisták közép-európai körutazásának vasúttal történő lebonyolításának bázisvárosa. A vasúti szakemberek számára pedig bemutattuk, hogy a nemzetközi vasúti járat tervezés ma már nem működhet csak hagyományos, kölcsönösségi alapon, hanem szükséges új módszerek bevezetése is. Ugyanakkor javasoljuk a kutatások kiterjesztését a hazai turisztikai központokra és városokra is.

A cikkben kifejtett fejlesztési javaslatok mindezek mellett tovább növelhetik a vasúti közlekedés versenyképességét, valamint fokozhatják a szektor térnyerését a környezetbarát közlekedési módok között. Ezzel elérhetőnek látjuk azt a célt, hogy bolygónk megmentése érdekében szükséges lépéseket tennünk.

Hisszük, hogy mind a vasúti közlekedésnek, mind pedig a turisztikának van jövője, egymásra találásuk esetén pedig, akárcsak Katajev színművében, kifejezetten kedvező eredmények érhetők el mindkét szolgáltatási piacon, így az együttműködés már szinte szükségszerűnek tűnik. Az együttműködés kialakításával egyben a cikk címét adó „matematikai problémát” is meg tudjuk oldani.

### Köszönetnyilvánítás

Jelen publikáció az Innovációs és Technológiai Minisztérium Kooperatív Doktori Program Doktori Hallgatói Ösztöndíj Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs



NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI  
ÉS INNOVÁCIÓS HIVATAL

Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

### Irodalomjegyzék

BECKEN, S. – FRIEDL, H. – STANTIC, B. – CONNOLLY, R. M. – CHEN, J. (2020): Climate crisis and flying: social media analysis traces the rise of „flightshame”. *Journal of Sustainable Tourism*, <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1851699>

BORZA, V. – ISTVÁN, Gy. – KORMÁNYOS, L. – VINCZE, B. (2007): Integrált ütemes menetrend I. rész. *Közlekedéstudományi Szemle*, 57(11), pp. 402-416.

CSAPÓ, J. – TÖRÖCSIK, M. (2020): *A turizmus jövője, a nemzetközi és hazai turizmus legújabb trendjeinek elemzése elméleti és gyakorlati megközelítésben*. Pécsi Tudományegyetem KTK, Pécs.

GONDA, T. – RAFFAY, Z. (2021): Környezettudatosak-e a hazai turisták? *Turizmus Bulletin*, 21(2), pp. 4-14. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n2.1>

GÖSSLING, S. – HANNA, P. – HIGHAM, J. – COHEN, S. – HOPKINS, D. (2019): Can we fly less? Evaluating the „necessity” of air travel. *Journal of Air Transport Management*, Vol. 81. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2019.101722>

HARES, A. – DICKINSON, J. – WILKES, K. (2010): Climate change and the air travel decisions of UK tourists. *Journal of Transport Geography*, Vol. 18, Issue 3, pp. 466-473. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2009.06.018>

ICAO (é. n.): *Aircraft Engine emissions*. <https://www.icao.int/environmental-protection/pages/aircraft-engine-emissions.aspx> (letöltve: 2021. 01. 30.)

LÉVAI, ZS. – MOLNÁR, B. (2020): Vasút és turizmus: lehetséges válaszok a globális klímaváltozás kihívásaira. In: Albert Tóth A. – Happ É. – Printz-Makó E. – Kupi M. – Török N. (szerk.): *Multidiszciplinaritás a turizmusban – X. Nemzetközi Turizmus Konferencia Tanulmánykötet*, Széchenyi István Egyetem, Győr, pp. 81-98.

LŐRINCZ, K. – MICHALKÓ, G. (2011): A városi turizmus. In: Michalkó G. (szerk.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. PTE. <http://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turisztikai%20term%C3%A9ktervez%C3%A9s%20%C3%A9s%20fejleszt%C3%A9s/book.html> (letöltve: 2021. 01. 31.)

MARKHAM, F. – YOUNG, M. – REIS, A. – HIGHAM, J. (2018): Does carbon pricing reduce air travel? Evidence from the Australian ‘Clean Energy Future’ policy, July 2012 to June 2014.

*Journal of Transport Geography*, Vol. 70. pp. 206-214.  
<https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2018.06.008>

MICHALKÓ, G. (2007): *Magyarország modern turizmusföldrajza*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs.

OSZTER, V. (2019): How to establish and operate cross-border public transport in a peripheral rural area? The example of the Central and Southern section of the border between Austria and Hungary. *Prace Komisji Geografii Komunikacji PTG*, 22(1), pp. 52-65.  
<https://doi.org/10.4467/2543859XPKG.19.006.10926>

RAFFAY, Z. (2020): *A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására*. Pécsi Tudományegyetem, KTK.  
[https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/008\\_A%20COVID-19%20jarvany%20hatasa%20a%20turistak%20fogyasztoi%20magatartasanak%20valtozasara.pdf](https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/008_A%20COVID-19%20jarvany%20hatasa%20a%20turistak%20fogyasztoi%20magatartasanak%20valtozasara.pdf)

SOMOGYI, B. (2019): *A magyarországi vasúthálózat turizmusföldrajzi térszerkezetben betöltött szerepe, valamint a vasúti turizmus potenciális fejlesztési lehetőségei Magyarországon*. PhD értekezés, Pécsi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs.

SUTHERLAND, C. (2019): Forget flying: Why tourists can't get enough of train travel. *Escape*. <https://www.escape.com.au/news/forget-flying-why-tourists-cant-get-enough-of-train-travel/news-story/665bd38888a558245ead167352866c0e> (letöltve: 2021. 01. 29.)

#### **Egyéb források:**

MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG (2017): *Európai turizmus 2017-ben – Trendek és kilátások*.

PORTFOLIO (2019): *Íme az európai növekedési stratégia a nagy klímavédelmi átálláshoz*. <https://www.portfolio.hu/unios-forrasok/20191217/ime-az-europai-novekedesi-strategia-a-nagy-klimavedelmi-atallashoz-410559> (letöltve: 2021. 03. 21.)

TURIZMUS ONLINE (2018): *Már népszerűbb a városlátogatás mint a tengerparti üdülés*. [http://turizmusonline.hu/friss/cikk/mar\\_nepszerubb\\_a\\_varoslatogatas\\_mint\\_a\\_tengerparti\\_udas](http://turizmusonline.hu/friss/cikk/mar_nepszerubb_a_varoslatogatas_mint_a_tengerparti_udas) (letöltve: 2021. 09. 14.)

# MAGYARORSZÁG JÁRÁSI SZINTŰ TURISZTIKAI CENTRUMTÉRSÉGEINEK LEHATÁROLÁSA ÉS HAZÁNK KIEMELT TURISZTIKAI TÉRSÉGEIVEL TÖRTÉNŐ ÖSSZEVETÉSE TÉRÖKONOMETRIAI MÓDSZEREKKEL

*Végi Szabina*

*Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Regionális Politika és Gazdaságtan  
Doktori Iskola, PhD hallgató; mikeine.vegi.szabina@tkk.pte.hu*

*DOI: 10.15170/TVT.2021.06.03.03.*

## **Absztrakt**

A gazdaság más területeihez hasonlóan a turizmusban is felfedezhetők centrumok és perifériák, melyek létrejötte részben – de mindenképp meghatározó mértékben – a keresletet is kiváltó turisztikai vonzerők eltérő előfordulásával, területi megjelenésével, koncentrációjával, illetve dekoncentrációjával magyarázható. Magyarország különböző területi szinteket érintő turisztikai térségeinek lehatárolása tekintetében több kísérlet is történt, azonban az egységes szempontrendszer és módszertan hiánya mindig problematikussá tették a kapott eredmények gyakorlati életbe történő hatékony átültetését. A legutóbbi, kiemelt turisztikai fejlesztési térségek desztinációs logika mentén történő beazonosítása és lehatárolása 2016-ban kezdődött, melynek révén figyelembe vették egyrészt a keresleti és a kínálati tényezőket, másrészt pedig a térségekben rejlő turisztikai potenciált. Ennek eredményeként 2020 szeptemberében jelent meg a turisztikai térségekről szóló legújabb kormányrendelet, amely 11 új turisztikai térség létrejöttéről döntött, kiegészítve ezzel a korábbi kiemelt fejlesztési térségeket. Jelen tanulmány keretein belül, egyfajta módszertani kísérletként, a turisztikai teljesítményt alapul véve térökonometriaival módszerek segítségével járási szinten próbáljuk lehatárolni Magyarország turisztikai térségeit, s a kapott eredményeinket összevetni a lehatárolt 11 turisztikai térséggel, megvizsgálva ezek egyezéseit, esetleges eltéréseit. A kutatás egyik fő célkitűzése annak igazolása, vagy elvetése, hogy a térökonometria alkalmas eszköz lehet-e a turisztikai térségek lehatárolásában.

*Kulcsszavak: turisztikai centrumtárségek, kiemelt turisztikai térségek, térinformatika, térökonometria*

## **Abstract**

As in other fields of economy, centers and peripheries can be noticed in the case of tourism as well, which can be explained partly - but to a significant extent - by the different occurrences, territorial appearances, concentrations and deconcentrations of tourist attractions. Several attempts have been made to subdivide the tourism regions of Hungary, but the lack of an unified system of criterias and methodologies has always made the implementation of the results problematic. The most recent identification and delimitation of accentuated tourism development areas along a destination logic started in 2016, taking into account both supply and demand factors and the tourism potential of the areas. As a result, the latest government decree on tourist areas was published in September 2020, deciding on the creation of 11 new tourist areas, supplementing the previous priority development areas. Within the framework of the present study, as a kind of methodological experiment as well, based on the tourism performance, we try to subdivide the tourist regions of Hungary at the district level with the help of spatial econometric methods, and compare our results with the previously mentioned 11 tourist regions. We try to examine their matches and possible differences. One of the main results of the research is to prove or disprove whether spatial econometrics can be a suitable tool in the delineation of tourist areas.

*Keywords: touristic central areas, accentuated tourism regions, geoinformatics, spatial econometric*

## Bevezetés

A turizmus az elmúlt évtizedek egyik legdinamikusabban fejlődő szektora, munkahelyteremtő hatása mellett a gazdasági növekedés egyik legfontosabb motorja is egyben (HALL 2004, MICHALKÓ 2010). A turizmus a magyar gazdaságban is igen jelentős helyet foglal el, a bruttó hazai termékhez hozzáadott értéke évről évre – természetesen az ismert okok miatt 2020-at leszámítva – rekordokat dönt (CSAPÓ – LŐRINCZ 2020). A KSH szatellit számla adatai alapján a turizmus gazdasághoz való közvetlen hozzájárulása a GDP 6,8%-a, a közvetett hatásokat is magában foglaló hozzájárulás pedig a GDP 10,7%-a. 2019-ben a vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken elérte a 12,8 milliót, míg a vendégéjszakák száma meghaladta a 31,2 milliót. A kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj-bevétele 9,2 százalékkal, a szálláshelyi összbevétel 8,8 százalékkal nőtt 2018-hoz viszonyítva (KSH 2019).

Magyarországot egyebek mellett természetesen területi és települési szintű különbségek jellemzik, mely úgy a társadalmi, gazdasági szférában, mint a lakosság életkörülményeiben is megmutatkozik. Az ország jellegzetesen egypólusú, fővárosa az egyetlen olyan hazai település, ahol a növekedési tényezők kritikus tömege rendelkezésre áll (VARGA – LENGYEL 2019). Még ha túlzás is az országot egyetlen régióként tekinteni, melynek centruma maga a főváros, s minden más a perifériát alkotja, a főváros - vidék dualizmus kétségkívül a területi egyenlőtlenség egyik meghatározó szintje Magyarország esetében (NEMES NAGY 1990, BELUSZKY 2014, KÁPOSZTA-GUBACSI 2018). A turizmusban szintén felfedezhetők centrumok és perifériák, amelyek részben a turisztikai vonzerők eltérő előfordulásával magyarázhatók (AUBERT-SZABÓ 2007, MARTON et al. 2016).

Jelen tanulmány keretein belül a turisztikai teljesítményt alapul véve térökonometriai módszerek segítségével próbáljuk lehatárolni Magyarország azon turisztikai térségeit, ahol a turizmus járási szintű és a járások közötti koncentrációját tapasztalhatjuk, s a kapott eredményeinket összevetni az újonnan lehatárolt 11 turisztikai térséggel, megvizsgálva ezek területi egyezéseit, esetleges eltéréseit. A turisztikai térségek térbeli lehatárolása a stratégiai célkitűzések megalapozása szempontjából is kulcsfontosságú kérdés, mely indokolja tanulmányunk létjogosultságát. A tanulmány egyik fő célja a módszertan relevanciájának és alkalmazhatóságának bizonyítása. A térökonometria az ökonometria azon részterülete, mely a keresztmetszeti és paneladatokra épülő regressziós modellekben a térbeli interakció és a térbeli struktúra által generált ökonometriai problémák kezelésével foglalkozik (VARGA 2002).

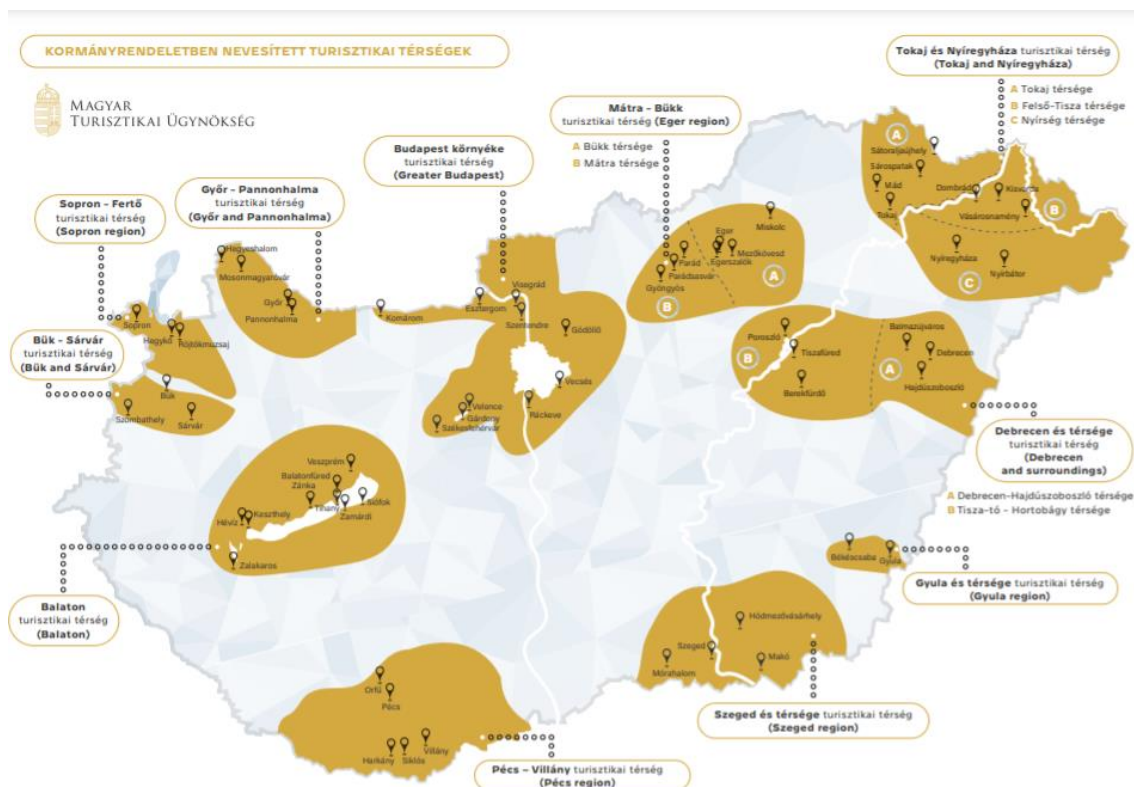
A tanulmány elsősorban szemlélet- és módszertanbeli sajátosságok bemutatására vállalkozik melynek során először ismertetjük a 2020 szeptemberében lehatárolt 11 turisztikai térséget. Ezt követi az elemzés során használt adatok ismertetése, majd az empirikus modell, amit az alkalmazott térökonometriai módszerek bemutatása követ. Ezt követően értelmezzük a kapott eredményeket, végül összefoglaljuk a tanulmány legfontosabb megállapításait.

### 1. Magyarország kiemelt turisztikai térségeinek lehatárolása – a Magyar Turisztikai Ügynökség legújabb megközelítésének bemutatása

A kiemelt turisztikai fejlesztési térségek desztinációs logika mentén történő beazonosítása és lehatárolása 2016-ban kezdődött, figyelembe véve mind a keresletet és a kínálatot, mind pedig a térségekben rejlő további turisztikai lehetőségeket. 2020 szeptemberétől a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 által korábban megnevezett öt kiemelt turisztikai fejlesztési térséget 11 újonnan lehatárolt turisztikai térség váltott fel (1. ábra).

A korábbi fejlesztésközpontú szemlélet helyét a marketing és az értékesítési fókusz vette át. A lehatárolás során fontos szempont volt az is, hogy egymástól jól megkülönböztethető, s már rövidtávon versenyképes desztinációkat hozzanak létre (NTS 2030).

## 1. ábra. Magyarország 11 turisztikai térsége.



Forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/11-turisztikai-terseg-terkep-es-telepuleslista-1918>

## 2. Az adatok és az empirikus modell bemutatása

### 2.1 Az adatok ismertetése

Kutatásunk során a KSH által gyűjtött és nyilvánosan hozzáférhető adatokkal dolgoztunk. Mivel település szinten adatvédelmi okokból sok helység neve mellett szerepelt volna nullás adat, mely jelentősen torzított, értelmezhetetlen eredményekre vezetett volna, a megyei szint pedig egyszerre túl nagy területi egységet fedett volna le a megfigyeléseinkhez, így ezen okokból kifolyólag a kutatásunk során járási szintű adatokkal dolgoztunk.

A felhasznált adatok a 2019. évre vonatkoznak. Az előzetes vizsgálatokba mind a 197 járás, ebből 23 fővárosi kerület, került bevonásra. Végül azokat a járásokat<sup>8</sup>, ahol valamely, lentebb részletezett, változóhoz tartozó szám nulla volt, a torzítás elkerülése végett, nem vontuk be a vizsgálatba, így végül egy 175 elemű mintához jutottunk.

Az 1. táblázat tartalmazza az elemzésünk során használt változók leírását.

<sup>8</sup> Bácsalmási, Cigándi, Csengeri, Derecskei, Encsi, Gyáli, Hajdúhadházi, Ibrányi, Jánoshalmi, Mezőcsáti, Nagykállói, Sárobgárdi, Sarkadi, Sellyei, Szentlőrinci, Szikszói, Téti, Várpalotai, Záhonyi, XVII. kerületi, XXI. kerületi, XXII. kerületi járások

**1. táblázat: A változók leírása.**

Jelölés	Leírás/Mértékegység
VENDEGEJ_2019	Összes vendégéjszakák száma 2019-ben, járási szinten
OSSZES_KER_2019	Kereskedelmi szálláshely szállásférőhelyeinek száma 2019-ben, járási szinten
KULFOLDI_2019	Külföldi vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken 2019-ben, járási szinten
GYOGYHELY_DUMMY	Gyógyhely dummy változó. Amennyiben található gyógyhely az adott járásban a Budapest Főváros Kormányhivatalának országos nyilvántartása szerint úgy az érték 1, amennyiben nem található úgy az érték 0.

*Forrás: Saját szerkesztés*

A modellépítés során sokféle változóval<sup>9</sup> dolgoztunk, a végleges modellbe viszont kizárólag statisztikailag szignifikáns és egzakt módon mérhető magyarázóváltozók kerültek bevonásra. Mely eredményünket a következő szakmai érvek is alátámasztják:

*1. Összes vendégéjszakák száma 2019-ben, járási szinten:*

A téma újszerűsége miatt a szakirodalom nem bővelkedik a kutatásunkhoz kapcsolódó tanulmányokban, ezért a turisztikai teljesítményt az alaplátéveknek számító munkákban foglaltak szerint a turisztikai kereslet legfontosabb indikátorának számító vendégéjszakák számával mérjük (MICHALKÓ 2016, OLIVERI et al. 2013, HALL 2004, LENGYEL 2004), s elemzésünkben ez lesz az eredményváltozó.

*2. Kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek száma 2019-ben, járási szinten:*

Korábbi kutatások bizonyították, hogy a turisztikai teljesítményt befolyásoló tényezők között közvetlen hatást mutatott a turisztikai potenciálként általánosított szállásférőhelyszám (OLAH et al. 2017, KÓRÓDI et al, 2011), ezért ez lett a modellünk egyik magyarázóváltozója.

*3. Gyógyhely dummy változó:*

Napjainkban újra reneszánszát éli a fürdőkultúra. A korábban trendinek mondott egészségtudatosság valódi trenddé vált, s a fogyasztók már nemcsak gyógyulás, hanem egészségmegőrzés, rekreáció céljából is felkeresnek egészségközpontokat, wellness- és gyógyszállókat (JÓNÁS-BERKI et al 2015, CSAPÓ et al. 2011, GONDA 2016). A gyógyturizmus, mint trend népszerűsége egyértelműen pozitív hatással van a gyógyhellyel<sup>10</sup> rendelkező desztinációk turisztikai teljesítményére, amit mi sem bizonyít jobban, mint az a

<sup>9</sup> Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken, vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken, belföldi vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken, belföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken, vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka), külföldi vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken, külföldi vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken, vándorlási egyenleg (ezrelék), lakónépesség, regisztrált munkanélküliek száma összesen, tartós munkanélküliek aránya, foglalkoztatást helyettesítő támogatás egy főre jutó havi átlagos összege, összes kereskedelmi szálláshely szállásférőhelyeinek száma ezer lakosra, regisztrált gazdasági vállalkozások száma ezer lakosra.

<sup>10</sup> A gyógyhely megnevezés nem azonos a gyógyvíz vagy gyógyfürdő megnevezéssel, használata az Állami Népegészségügyi és Tisztiorvosi Szolgálat Országos Tisztifőorvosi Hivatala által kiadott engedélyhez kötött. A Hivatal vizsgálja, hogy van-e az adott helyen olyan elismert természetes gyógytényező, mint például a gyógyvíz, gyógyiszap, gyógygáz vagy az éghajlat. Az is fontos, hogy ezek igénybeviteléhez rendelkezésre álljanak a megfelelő intézmények, ami lehet gyógyfürdő, gyógyszálló, gyógybarlang, mofetta.

tény, hogy 2019-ben a TOP 10 legnépszerűbb úti cél közül (a budapesti kerületeket nem számítva) 7 rendelkezett gyógyhellyel (KSH 2020, MARTON 2019, CSAPÓ 2017). Fenti indokok mentén tehát dummy változóként a gyógyhelyek jelenlétét választottuk.

#### 4. Külföldi vendégek száma:

A hazánk településeire látogató határon túlról érkező turisták általában hosszabb időt töltenek el, mint a belföldiek, több szolgáltatást vesznek igénybe és magasabb a költési hajlandóságuk is (KSH 2007), ami szintén pozitív irányba mozdítja el az adott desztináció turisztikai teljesítményét. Emellett a külföldi turisták jelenléte a fürdőhelyeknél további koncentrációt mutat, amit megfelelően bizonyít, hogy a 175 elemű mintánkból 33 járásban található gyógyhely, ebből 28-ban magasabb volt a külföldiek által eltöltött átlagos tartózkodási idő, mint a belföldiek esetében (kivétel: Dombóvári, Gyulai, Hajdúnánási, Miskolci, Mórahalmi járások).

#### 2.2 Az empirikus modell bemutatása

A fent ismertetett változók tükrében az empirikus modellünk a következőképpen alakul:

Összes vendégéjszakák száma =  $\beta_0 + \beta_1 \times$  összes kereskedelmi szálláshely szállásférőhelyeinek száma +  $\beta_2 \times$  külföldi vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken +  $\beta_3 \times$  gyógyhely dummy változó + u.

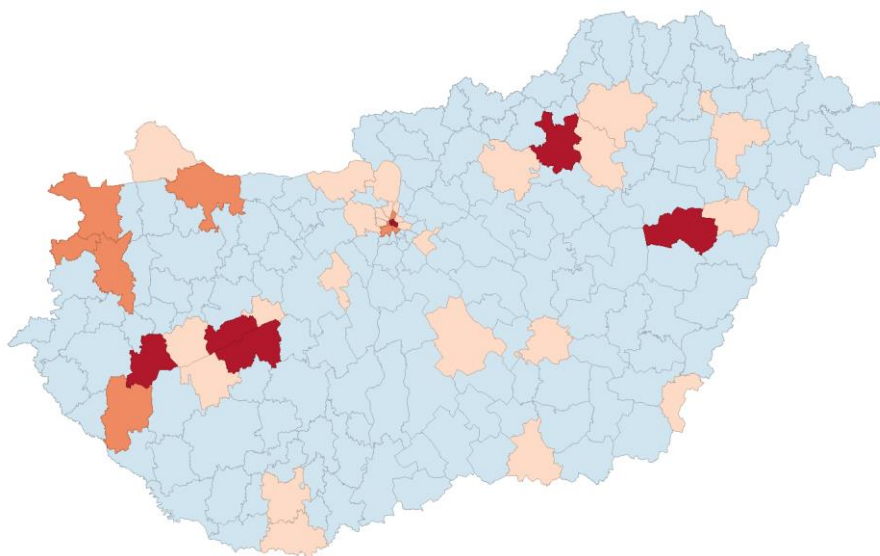
A modellünk alapján tehát a turizmus teljesítményének kiemelt elemei/meghatározói a kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek a száma, illetve az ott megforduló külföldi vendégek száma és az, hogy az adott járásban található-e gyógyhely.

A továbbiakban azt teszteljük, hogy a turisztikai teljesítmény mutatójának tekintetében megfigyelhető-e területi autokorreláció. A következőkben röviden bemutatjuk a tanulmányban alkalmazott térökonometriai módszereket, elsősorban ANSELIN–REY (2014), valamint VARGA (2002) munkáira támaszkodva.

### 3. A magyarországi járások turisztikai teljesítményének mérése és területi viszonyainak bemutatása térökonometriai módszerrel

A 2. ábra azt mutatja, hogy az adott területi egység értéke mennyire tér el a teljes adatsor átlagától. A térökonometriai elemzést a GeoDa térökonometriai szoftverrel hajtottuk végre, az adatállomány 197 járási területi szintre vonatkozóan tartalmaz adatokat. Ez alapján 6 darab olyan turisztikai csomópontot tudunk megnevezni, melyek az országos átlag felett teljesítenek, név szerint a következők: Keszthelyi, Balatonfüredi, Siófoki, Hajdúszoboszlói, Egri járások és a főváros belső kerületei.

## 2. ábra. A magyarországi járások turisztikai teljesítményének átlagtól való eltérése az összes vendégéjszaka tekintetében



*Forrás: Saját szerkesztés*

Ezekon felül pedig összesen 13 turisztikai térség rajzolódik ki a turisztikai teljesítmény mutató, vagyis az összes vendégéjszakák száma tekintetében:

1. Balaton és környéke
2. Budapest és környéke
3. Pécsi és Siklói járások
4. Sopron, Kőszegi és Sárvári járások
5. Mosonmagyaróvár és Győri járások
6. Gárdonyi járás
7. Kecskeméti járás
8. Kunszentmártoni járás
9. Szegedi járás
10. Gyulai járás
11. Hajdúszoboszlói és Debreceni járások
12. Nyíregyházi járás
13. Gyöngyösi, Egri, Mezőkövesdi és Miskolci járások

Amikor a térbeli függőség jelenlétét szeretnénk tesztelni, célszerű először megvizsgálni, hogy tapasztalható-e az eredményváltozókban térbeli autokorreláció. A térbeli autokorrelációt a Moran-féle I-statisztikával mérhetjük. Autokorreláció hiányában a szomszédos járások értékei függetlenek egymástól, időben nem hatnak egymásra, és a járások távolsága nem befolyásolja a turisztikai teljesítményben mutatkozó különbségeket. Erős pozitív területi autokorrelációról

beszélhetünk, ha a területi különbségekre jelentősen hatnak a szomszédsági viszonyok, tehát minél közelebb vannak a járások egymáshoz, annál inkább hasonló a turisztikai teljesítményünk (VARGA 2010).

A vizsgálatunkhoz három különböző térbeli súlymátrixot használtunk:

1. Királynő szomszédsági mátrix, amikor két terület szomszédos, ha közös határaik vannak.
2. Inverz távolságalapú súlymátrix, amikor a növekvő távolsággal csökken a területi egységek közötti korreláció.
3. A k legközelebbi szomszéd mátrix.

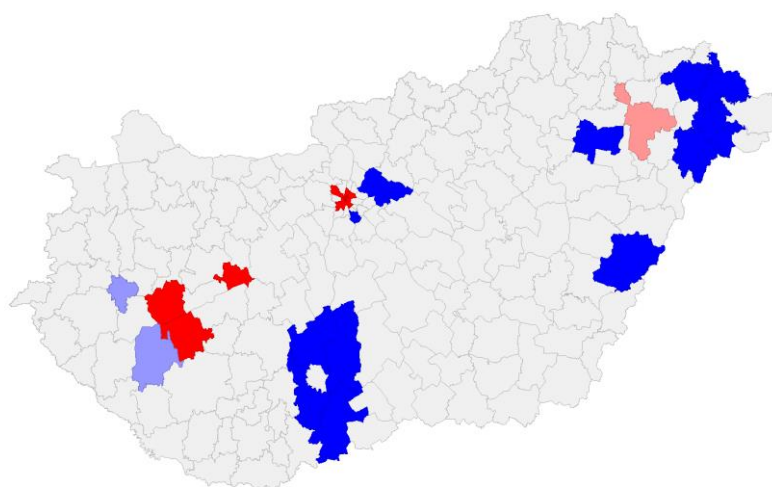
**2. táblázat. A vendégéjszakák számának Moran-féle I-értéke különböző térbeli súlymátrixok esetén**

	Királynő szomszédsági mátrix	Inverz távolságalapú súlymátrix	A k legközelebbi szomszéd mátrix
Moran I	0,407	-0,029	-0,008
permutációk száma	999	999	999
pseudo p-érték	0,001	0,304	0,493
z core	10,028	-0,578	-0,136

*Forrás: Saját szerkesztés*

A királynő szomszédsági mátrix mellett legnagyobb az I-érték, tehát ez ragadja meg legjobban a térbeli függőség szerkezetét. A Moran-féle I-statisztika értéke 0,407, ami közepesnél valamivel gyengébb mértékű pozitív térbeli autokorrelációra utal a turisztikai teljesítmény tekintetében. A szignifikancia tesztelesekor 999 véletlen permutáció 0,001-es pseudo p-értéket eredményezett, ami alapján a térbeli autokorreláció minden konfidencia szinten szignifikánsnak tekinthető. Tehát ezek alapján elmondhatjuk, hogy nem véletlen, hogy ilyen mértékű koncentráció tapasztalható a járások turisztikai teljesítményét illetően.

**3. ábra. A magyarországi járások turisztikai teljesítményén alapuló klaszterterképe.**

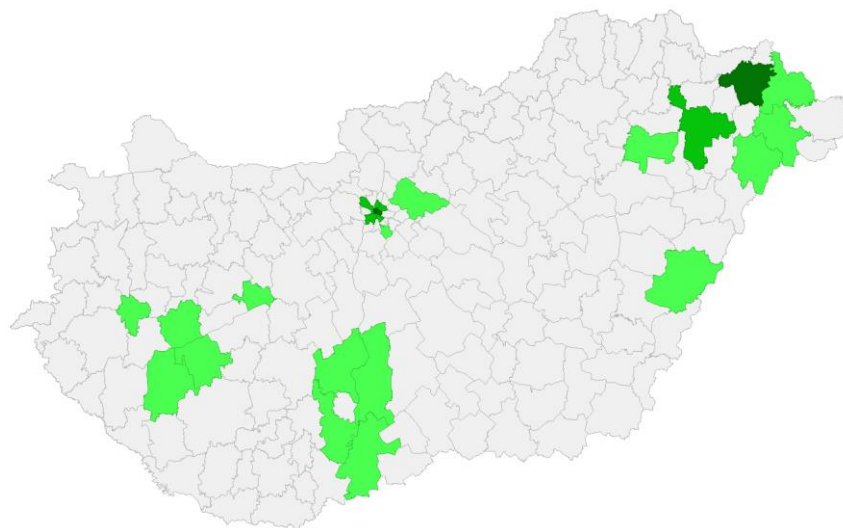


*Forrás: Saját szerkesztés*

A 3. ábra azt mutatja, hogy a következő járások és azok szomszédjai is kiemelkedő turisztikai teljesítménnyel bírnak: Fonyódi, Tapolcai járások, illetve a főváros belső kerületei.

Ezek alapján elmondható, hogy erős klaszteresedés figyelhető meg a kiemelkedő turisztikai teljesítménnyel rendelkező járások tekintetében a Balaton környékén, míg az alacsony turisztikai teljesítménnyel bíró járások tekintetében a Duna partján fekvő Paksi, Bajai, Szekszárdi és Kalocsai járásoknál, illetve az Észak-Alföldön.

**4. ábra. A magyarországi járások turisztikai teljesítményén alapuló szignifikanciaterképe.**



*Forrás: Saját szerkesztés*

A szignifikanciaterképen a sötétzölddel kiemelt járások térbeli autokorrelációja 0,1%-os szignifikancia szint mellett, míg a világosabb zöld színű járások 1% és 5%-os szignifikancia szint mellett mutatnak szignifikáns kapcsolatot. Bár a térbeli autokorreláció elemzése hasznos kiindulópontja egy térökonometriai vizsgálatnak, a fentiek alapján nem tudjuk, hogy vajon mi okozza a hasonló értékek térbeli klaszteresedését. Emiatt ajánlott regressziós modell keretei között vizsgálni, hogy a változóban tapasztalható-e térbeli függőség.

*Regressziós elemzés*

A regressziós modellt a klasszikus legkisebb négyzetek módszerével (OLS) becsültük. A térstruktúrájának meghatározásához a fentebb részletezett, három különböző súlymátrixot használtunk.

**3. táblázat. Térbeli modell OLS becslésének eredményei.**

Eredményváltozó: VENDEGEJ_2019	Koefficiensek	Standard hiba	t érték	p-érték
Konstans	-5297,59	8439,45	-0,62	0,53
OSSZES_KER_2019	40,66	2,15	18,84	<0,001
GYOGYHELY_DUMMY	138166,86	18416,35	7,50	<0,001
KULFOLDI_2019	2,21	0,07	29,01	<0,001
Megfigyelések száma	175			
Globális F próba	<0,001			
R <sup>2</sup>	0,9247			
Korrigál R <sup>2</sup>	0,9234			

Multikollinearitás mutató	2,231	
Jarque-Bera	3761,175	0,0000
Breusch-Pagan teszt	639,153	0,0000
Lagrange Multiplier (lag)	0,058	0,8093
Robust LM (lag)	0,000	0,9909
Lagrange Multiplier (error)	0,345	0,5572
Robust LM (error)	0,286	0,5925

*Forrás: Saját szerkesztés*

A globális F próba alapján a modell létezik ( $p < 0,001$ ). A kapott eredmények alapján a modell 92,4%-ban magyarázza a függő változó varianciáját ( $R^2 = 0,924$ ), ami nagyon erős magyarázó erőnek mondható. Az összes vendégéjszakák száma tehát így írható fel =  $-5297 + 138166$  (gyógyhely dummy változó) +  $2,21$  (külföldi vendégek száma) +  $40,66$  (összes kereskedelmi szálláshely szállásférőhelyeinek száma, ezer lakosra). A modellt értelmezve megállapítható, hogy amennyiben található gyógyhely az adott járásban az 138166-al növeli éves szinten az összes vendégéjszakák számát ceteris paribus. Ha egységnyivel növeljük a külföldi vendégek számát, az 2,21-el növeli az összes vendégéjszakák számát, míg, ha egységnyivel nő az összes kereskedelmi szálláshely szállásférőhelyeinek száma, az 40,66-al növeli az összes vendégéjszakák számát ceteris paribus. Multikollinearitás problémánk nincs. A Jarque–Bera-próba alapján 1 százalékos szignifikanciaszinten elvetjük a hibatag normális eloszlásának nullhipotézisét, míg a Breusch–Pagan-próba alapján, szintén 1 százalékos szignifikanciaszinten a hibatag homoszkedaszticitásának nullhipotézisét. Az  $LM_{lag}$ - és az  $LM_{error}$ -próba eredményei, illetve a robusztus tesztstatisztikák alapján sem tudjuk elvetni a térbeli függetlenség nullhipotézisét egyik térbeli súlymátrix esetén sem, így térbeli függőséget nem tudunk megállapítani az adott modellünkkel. A heteroszkedaszticitást a White-féle becsléssel kezeltük, melynek következtében megváltoztak a koefficiensek standard hibái.

**4. táblázat. Eredményeink a White-féle becslést követően.**

Eredményváltozó: VENDEGEJ_2019	Koefficiensek	Standard hiba	t érték	p-érték
Konstans	-5297,59	8889,09	-0,59	0,55
OSSZES_KER_2019	40,66	9,01	4,51	<0,001
GYOGYHELY_DUMMY	138166,86	34026,02	4,06	<0,001
KULFOLDI_2019	2,21	0,11	19,58	<0,001
Megfigyelések száma	175			
Globális F próba	<0,001			
R <sup>2</sup>	0,9247			
Korrigál R <sup>2</sup>	0,9234			

Multikollinearitás mutató	2,231	
Jarque-Bera	3761,175	0,0000
Breusch-Pagan teszt	639,153	0,0000
Lagrange Multiplier (lag)	0,058	0,8093
Robust LM (lag)	0,000	0,9909
Lagrange Multiplier (error)	0,345	0,5572
Robust LM (error)	0,286	0,5925

*Forrás: Saját szerkesztés*

Jelen modellel nem sikerült a térbeli függőséget megállapítani, ezért különböző térbeli rezsimeket hoztunk létre a turisztikai teljesítmény alapján. A térbeli rezsimek a térbeli heterogenitás egyik formája, amely strukturális különbségeket jelent a térben.

1. Balaton és Budapest környéke

2. A kiemelt turisztikai teljesítménnyel bíró nyugat-dunántúli járások, Balaton és Budapest környéke

3. A kiemelt turisztikai teljesítménnyel bíró nyugat-dunántúli, észak-magyarországi és észak-alföldi járások, Balaton és Budapest környéke

Egyik esetben sem sikerült térbeli függőséget megállapítanunk, melynek oka véleményünk szerint az, hogy a turisztikai teljesítmény bármennyire is a turisztikai szolgáltatóktól függőnek tűnik, nem szabad megfeledkeznünk olyan helyi tényezők fontosságáról, mint a fekvés, a hagyományok, a hírnév vagy a vendégfogadási hajlandóság, melyek igen színes képet mutatnak országos viszonylatban, s nagy részük a természeti adottságoktól függ.

#### 4. A kiemelt turisztikai térségek és az általunk lehatárolt járási szintű területi turisztikai térségek lehetséges területi egyezéseinek kérdései

A turizmus országon belüli helyzetét nagyban meghatározzák a természeti adottságok, melyek változatosságot és sokszínűséget mutatnak országszerte. Véleményünk szerint mind a kiemelkedő, mind az alacsony turisztikai teljesítménnyel rendelkező járások koncentráltasága ezzel hozhatók összefüggésbe, mintsem a szomszédos járások turisztikai teljesítményével.

Bár a turizmus kialakulásában számos tényező játszik szerepet, az egyik legmeghatározóbb az ember alkotta attrakciók mellett a természet adta lehetőségek. Fontos megjegyezni, hogy bár a természeti tényezők minden változásuk ellenére is bizonyos állandóságot, stabilitást képviselnek, ami értelemszerűen vonatkozik a turizmusra is, ennek ellenére a természeti alapú turisztikai desztináció tartósságának, stabilitásának előnye nem automatikusan jön létre. Ezért is fontos ezen térségek pontos lehatárolása és célzott fejlesztése.

Bár térökonometriai szempontból térbeli függőséget nem sikerült kimutatnunk, az előzetes vizsgálatok során a magyarországi járások turisztikai teljesítményének tekintetében mégis sikerült 13 térséget lehatárolnunk, melyeket az 5. ábrán vetettünk össze a kormányrendeletben lehatárolt 11 magyarországi turisztikai térséggel.

Ez alapján 3 csoportot tudtunk felállítani.

1. Az első csoportba kerültek azok a járások, ahol átfedéseket találtunk a lehatárolások szempontjából. Ezt a csoportot kiemelkedő turisztikai teljesítménnyel bíró térségeknek neveztük el, s négyzetráccsal jelöltük.

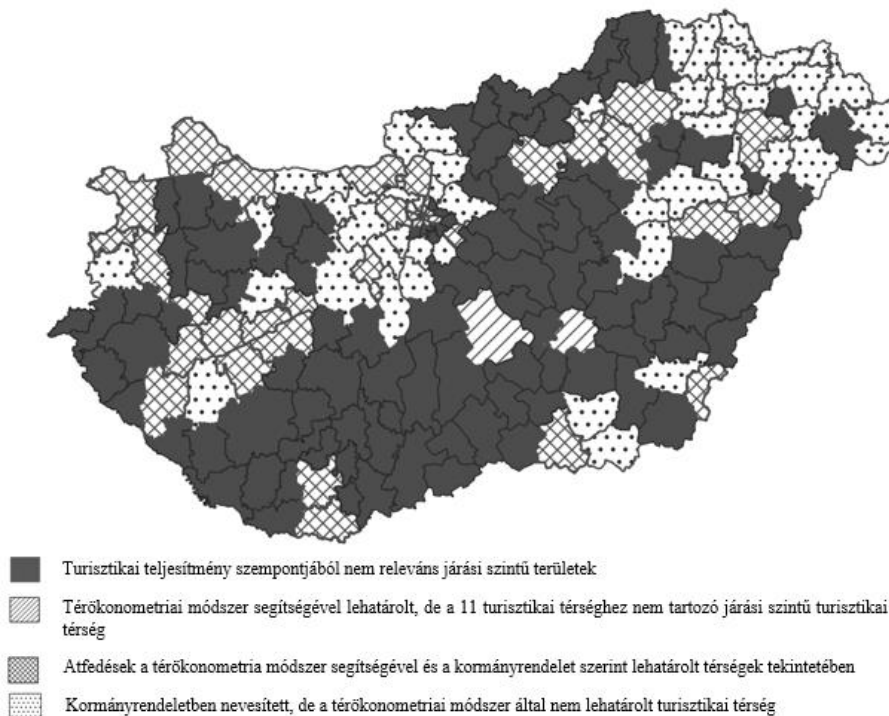
2. A második csoportba azok a járások kerültek, amelyeket a térökonometria módszerével nem, de a kormányrendeletben foglaltak szerint lehatárolásra kerülnek. Ezeket potenciális, fejlesztendő turisztikai térségeknek neveztük el és pöttyökkel jelöltük.

3. A harmadik csoportba azok a járások kerültek, melyek turisztikai teljesítménye jobb az átlagnál, de a kormányrendelet mégsem nevezte meg őket a 11 turisztikai térség közt, ezeket átlós vonalakkal jelöltük.

A 11 turisztikai térség desztinációfejlesztési stratégiájára, imázsára, arculatára, márkájának kialakítására, piaci pozíciójának meghatározására 4 milliárd forintot különítettek el, ezért azok a térségek, melyek turisztikai teljesítménye országos viszonylatban az átlagtól magasabb, de mégsem kerültek be a kormányrendelet által kijelölt 11 térségbe, egyértelműen vesztesnek érezhetik magukat. Vizsgálatunk során két ilyen járást találtunk, az egyik a kecskeméti, a másik pedig a kunszentmártoni, ami Cserkeszölő gyógyhatású termálfürdőjének köszönhetően került fel Magyarország turisztikai térképére, s egyre nagyobb népszerűségnek örvend az elmúlt 5-10 évben.

Érdekes még kiemelni a Budapest környéki járásokat, melyek támogatottsága mögött azt az elképzelést véljük meghúzódní, ami még a koronavírus-járvány kitörését megelőzően próbálta Budapest vonzáskörzetét bevonní a turizmusba, ezzel enyhítve a főváros belső kerületein, felkapott helyein lévő nyomást. Szintén érdemes megemlíteni az észak-magyarországi és az észak-alföldi régió határmenti járásait, melyek turisztikai teljesítménye az ökonometriai elemzés alapján kifejezetten alacsonynak mondható a kormányrendelet mégis kiemelten kezeli azokat, mint versenyképes turisztikai régiókat.

## 5. ábra. Magyarország járási szintű turisztikai térségei és az MTÜ által lehatárolt 11 turisztikai térség közti átfedés kimutatása.



*Forrás: saját szerkesztés*

### Összefoglalás

Jelen tanulmány keretein belül a turisztikai teljesítményt alapul véve térökonometriai módszerek segítségével járási szinten próbáltuk lehatárolni Magyarország turisztikai térségeit, s a kapott eredményeinket összevetni a lehatárolt 11 turisztikai térséggel, megvizsgálva ezek egyezéseit, esetleges eltéréseit. A turisztikai teljesítmény mutatójának tekintetében igen alacsony mértékű területi autokorreláció figyeltünk meg, mely magyarázatát a természeti adottságokban, mintsem a szomszédos járások turisztikai teljesítményében láttuk. Bármennyire is a turisztikai szolgáltatóktól függőnek tűnik a turizmus teljesítményének alakulása, a vendégéjszakák számának változása, nem feledkezhetünk meg a helyi tényezők fontosságáról, amelyek a térségi szintek rangsorában lefelé haladva egyre jelentősebbé válnak. A tanulmány egyik fő limitációja, hogy adatvédelmi okokból kifolyólag a KSH által rendelkezésünkre bocsátott települési szintű adatok jelentősen torzított, értelmezhetetlen eredményekre vezettek volna, így kutatásunk során járási szintű adatokkal dolgoztunk. Úgy véljük azonban, hogy a szemlélet- és módszertanbeli sajátosságok bemutatására ezen területi szint is alkalmasnak bizonyult, így a turisztikai kutatások centrum-periféria kutatásainak módszertanát jelen megközelítés reményeink szerint tovább tudta gazdagítani.

### Irodalomjegyzék

ANSELIN, L. – REY, S. J. (2014): *Modern Spatial Econometrics in Practice: A Guide to GeoDa, GeoDa Space and PySAL*. GeoDa Press.

AUBERT, A. – SZABÓ, G. (2007): *A Dél-dunántúli régió turisztikai magterületeinek lehatárolása*. Xellum Kft. Budapest, pp. 1–23.

- BELUSZKY, P. (2014): Budapest – zászlóshajó vagy vízfej?, *Tér és Társadalom* 32. évf., 1. szám
- BRÓDY, A. (2005): A multiplikátor és története, *Közgazdasági Szemle*, LII. évf., 2005. április (402–416. o.)
- CUNHA, D. S. K. – DA CUNHA, D. J. C. (2005): *Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development*, BAR, v. 2, n. 2, art. 4, pp. 47-62.
- CSAPÓ, J. – MARTON, G. (2011): The Role of Health Tourism in the Hungarian Small and Medium Sized Towns In: Jiří, Ježek; Lukáš, Kaňka (szerk.) *Competitiveness and Sustainable Development of the small Towns and Rural Regions in Europe Plzen*, Csehország: University of West Bohemia, pp. 29-39. , 12 p.
- CSAPÓ, J. – MARTON, G. (2017): The Role and Importance of Spa and Wellness Tourism in Hungary's Tourism Industry, *Czech Journal of Tourism*, 6: 1 pp. 55-68. , 14 p.
- CSAPÓ, J. (2019): *A turizmuspolitika és turizmusirányítás elmélete és gyakorlata az Európai Unióba*, Akadémiai Kiadó
- CSAPÓ, J. – GONDA, T. (2019): A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében. In: *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(4), pp. 57-70.
- CSAPÓ, J. – LŐRINCZ, K. (2020): A turizmus gazdaságban betöltött szerepe és irányai Magyarországon a Covid-19 előtt és után, *GeoMetodika* 4. 3. pp. 5–16.
- CSORDÁS, L. (2019): Koncentráció és térbeli terjedés az 1990 utáni hazai turizmusban a kereskedelmi szálláshelyek kapacitása és forgalma alapján, *Gradus* Vol 6, No 3. pp. 88-101.
- GONDA, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*, PTE KPVK Szekszárd, ISBN 978 963 429 108 4
- GONDA, T. – NAGY, D. – RAFFAY, Z. (2019): The impact of tourism on the quality of life and happiness. *Interdisciplinary Management Research/Interdisziplinäre Managementforschung* 15, pp. 1790-1803.
- HALL, C. M. (2004): Spatial analysis: A critical tool for tourism geographies. – In: Wilson, J. (szerk.): *The Routledge handbook of tourism geographies*. Routledge, London. pp. 163–173.
- JÓNÁS-BERKI, M. – CSAPÓ, J. – PÁLFI, A. – AUBERT, A. (2015): A Market and Spatial Perspective of Health Tourism Destinations: The Hungarian Experience *International Journal of Tourism Research* 17 : 6 pp. 602-612. , 11 p.
- KÁPOSZTA, J. – GUBACSI, F. (2018): Kedvezőtlen helyzetű települések napjainkban Bátorfyerénye példáján keresztül, *Studia Mundi - Economica* Vol. 5. No. 3.
- KÓRÓDI, M. (2006): *A vidéki turizmusfejlesztés összefüggései a magyarországi kistérségekben*, Doktori (PhD) értekezés, Szent István Egyetem Gödöllő
- KÓRÓDI, M. (szerk.) (2011): *Turizmus kutatások módszertana*, Pécsi Tudományegyetem, Kempelen Farkas Hallgatói Információs Központ. ISBN: 978-963-642-431-2
- LENGYEL, M. (2004): *A turizmus általános elmélete*, Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, pp. 525

MARTON, G. – RAFFAY, Z. – PRISZTÓKA, GY. – RAFFAY, Á. – KISS, R. (2016): A Dráva-mente, mint határmenti, periférikus tér turizmusfejlesztésének problémái, *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 2677-0431 2498-6984 1 2 34-48

MARTON, G. – HINEK, M. – KISS, R. – CSAPÓ, J. (2019): Measuring seasonality at the major spa towns of Hungary, *Hungarian Geographical Bulletin* (2009-) 68 : 4 pp. 391-403. , 13 p.

MICHALKÓ, G. (2010): *Boldogító utazás: a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai.* – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest. pp. 119.

MICHALKÓ, G. (2016): *Turizmológia - Elméleti alapok*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012. 266 o.

NEMES NAGY, J. (1990): Területi kiegyenlítődés és differenciálódás Magyarországon, *Földrajzi Értesítő* XXXIX. év f. 1990.1-4. füzet, pp. 151-173.

OLIVERI, A. – CANTIS, S. D. (2013): *Analysing Local Tourism*, McGraw-Hill Education - Europe, pp. 350

VARGA, A. (2002): Térökonometria. *Statisztikai Szemle*, 80. évf. 4. sz. 354–370. o.

VARGA, A. – LENGYEL, I. (2019): Földrajz és gazdasági növekedés Magyarországon - továbblépés és újabb diagnózisok, *Közgazdasági Szemle* 66. évf. 6. sz.

VÁRY, M. (2017): Számít-e a földrajzi elhelyezkedés? A nyugat-európai régiók fejlettségének térökonometriai vizsgálata, *Közgazdasági Szemle*, LXIV. évf., 2017. március pp. 238–266.

VÉGI, SZ. – CSAPÓ, J. – TÖRŐCSIK, M. (2020): *Az új koronavírus (COVID-19) megjelenésének hatása a magyar lakosság turisztikai fogyasztói szokásaira - egy online felmérés elsődleges eredményei*, in Ercsey Ida (szerk.): *Marketing a digitalizáció korában*. Széchenyi István Egyetem: Győr. ISBN: 978-615-5837- pp. 357–368.

#### **Egyéb források:**

<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/stattukor/regiok/gyorgyogyturizmus06.pdf> (utolsó letöltés: 2021. 01. 10.)

[https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_oga002.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga002.html) (utolsó letöltés: 2021. 01. 12.)

[https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_oga016.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga016.html) (utolsó letöltés: 2021. 01. 12.)

[https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_ogt009.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogt009.html) (utolsó letöltés: 2021. 01. 12.)

[https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_oga002.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga002.html) (utolsó letöltés: 2021. 01. 12.)

<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html> (utolsó letöltés: 2021. 02. 04.)

<https://mtu.gov.hu/cikkek/11-turisztikai-terseg-terkep-es-telepuleslista-1918> (utolsó letöltés: 2021. 02. 04.)

<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1600156.tv> (utolsó letöltés: 2021. 02. 05.)

# MINŐSÍTETT GYÓGYHELYEL RENDELKEZŐ, ÖTEZERNÉL KISEBB LÉLEKSZÁMÚ TELEPÜLÉSEK EGÉSZSÉGTURIZMUSÁNAK LOKÁLIS HATÁSAI

*Strack Flórián*

*Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Turizmus Intézeti tanszék;  
strack.florian@gtk.unipannon.hu*

*DOI: 10.1517/TVT.2021.06.03.04.*

## **Absztrakt**

Magyarország turizmusának egyik meghatározó eleme az egészségturizmus. A gyógyhely minősítéssel rendelkező települések a hazai egészségturizmus zászlóshajói, melyek között nagy számban képviseltetik magukat az ötezer főnél kevesebb állandó lakossal rendelkező települések is. Az egészségturizmus folyamatosan növekvő népszerűségének és keresletének köszönhetően képes lehet hatást gyakorolni az egészségturisztikai kínálattal rendelkező településekre.

A tanulmány alapját adó kutatás a hazai, minősített gyógyhellyel rendelkező, ötezerél kevesebb állandó lakossal rendelkező településekre fókuszál (Bogács, Bük, Demjén, Hévíz, Zalakaros, Kehidakustány, Harkány, Igal, Egerszalók, Mátraderecske, Parád, Cserkeszőlő).

A kutatás célja, hogy a települések lakosai, valamint önkormányzatai által kitöltött kérdőívek segítségével megvizsgálja az egészségturizmus lokális, települési szintű hatásait, ide értve a település egészére, valamint az annak lakóira gyakorolt hatásokat is.

Az eredmények alapján egyértelmű, hogy az egészségturizmus hatással van a vizsgált települések lakosainak szubjektív életminőségére, illetve a település turisztikai sikerét potenciálisan befolyásoló tényezők egy részére.

*Kulcsszavak: egészségturizmus, hatás, gyógyhely, vidék*

## **Abstract**

Health tourism is a key element of tourism in Hungary. The settlements with certified health resorts are the flagships of the Hungarian health tourism, with a large number of settlements that have less than 5,000 permanent inhabitants represented among them. The growing popularity and demand for health tourism has the potential to have an impact on the municipalities with a health tourism offer.

The research underpinning the study focuses on Hungarian settlements with certified health resorts that have less than 5,000 inhabitants (Bogács, Bük, Demjén, Hévíz, Zalakaros, Kehidakustány, Harkány, Igal, Egerszalók, Mátraderecske, Parád, Cserkeszlő).

The research aims to examine the local, settlement-level effects of health tourism, including the effects on the settlement as a whole and its inhabitants. The research is based on questionnaires filled in by the residents of the settlements and their local governments.

Based on the results, it is clear that health tourism has an impact on the subjective quality of life of the inhabitants of the examined settlements, as well as on some factors potentially influencing the tourism success of the settlement.

*Keywords: health tourism, impact, health, country*

## Bevezetés

Napjaink egyik dinamikusan fejlődő turizmustípusa az egészségturizmus, melynek kereslete a fogyasztók átalakulóban lévő szükségletei miatt (pl.: előregedő társadalmak) várhatóan hosszú távon is növekedni fog. A nemzetközi piacot tekintve, előnyös földrajzi adottságainak köszönhetően Magyarország fontos egészségturisztikai desztináció.

A hazai egészségturisztikai kínálat meghatározó helyszínei a Budapest Főváros Kormányhivatala által minősített gyógyhelyek. Jelen tanulmány célja az egészségturizmus hatásainak vizsgálata a minősített gyógyhellyel bíró, ötezernél kisebb lélekszámú települések esetében.

Általánosságban elmondható, hogy az ilyen kisméretű (ötezer fő alatti) települések lakóinak életére és általános gazdasági jellemzőire nézve jelentős hatást gyakorol az egészségturizmus, hiszen ezeken a településeken sok esetben az egészségturizmus képezi a turisztikai kínálat egészét, valójában ez adja a helyi, települési szintű gazdaságot. Az egészségturizmus hatásai a települések méreténél fogva akár jelentős mértékben is képesek befolyásolni a vizsgált településeken élők életminőségét, illetve a települések imázsát, fejlesztéseit és lehetőségeit. A gyógyhely minősítés bizonyos szintű presztízst és minőségbiztosítást jelent, önmagában azonban nem képes sikeressé tenni egy egészségturizmusban érdekelt desztinációt, hiszen a sikerhez komplex szolgáltatáskínálat szükséges. A helyi lakosok életminőségének alakulása fontos kérdés, hiszen az az adott település, mint turisztikai desztináció sikerességét is nagymértékben befolyásolhatja.

A kutatás alapját adó településeket a Lechner Tudásközpont által üzemeltetett Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR) térítésmentesen elérhető online szolgáltatása, a TÉRPORT népességszám szerint történő településosztályozási rendszerének segítségével jelöltem ki. A TÉRPORT az ötezer főnél kevesebb lakosú településeket „község”-ként határozza meg, jelen tanulmányban vizsgált települések között azonban vannak olyanok (pl.: Hévíz, Zalakaros, stb.), amelyek népességszám alapján valóban a község kategóriába sorolhatók, ugyanakkor városi ranggal rendelkeznek.

### 1. Az egészségturizmus rendszere

A 20. század során megvalósult és megerősödött európai integráció hatására bevezetett közös valutának, az utazási korlátok eltörlésének és az utazás olcsóbbá válásának köszönhetően az egészségturizmus széles körben elterjedt (ISSENBERG 2016). Az egészségturizmus mindennaposá válásával párhuzamosan átalakult az egészség fogalma, hiszen maga a kifejezés napjainkban már nem csupán a testi, hanem a mentális és pszichológiai egészségre is utal (SMITH – PUCZKÓ 2017). Az egészségturizmus jelentőségét növeli, hogy napjaink fogyasztói egyre többet és többet hajlandók áldozni az egészségük megóvására, illetve helyreállítása érdekében (BOROS et al. 2012:8., SZABÓ 2015).

Az egészségturizmus a turizmus egyik legdinamikusabban növekvő típusa, az egészségturisztikai céllal utazók száma folyamatosan növekszik (RIEGER 2013, KOSKINEN 2019, LEE et al. 2020, GHOLAMI et al. 2020). Népszerűségének köszönhetően az egészségturizmus nem csupán a hagyományosan gyógyászati kínálattal rendelkező desztinációk esetében tölthet be meghatározó szerepet, az új belépők számára is van hely a piacon (JANDALA et al. 2010).

Az egészségturizmust többen, többféleképpen definiálták, az egyik hazai definíció alapján pedig azt mondhatjuk, hogy „az egészségturizmus a gyógy-, és wellnessturizmust átfogó fogalom, a turizmusnak azon területét jelenti, ahol a turista utazásának fő motivációja az

egészségi állapotának javítása és/vagy megőrzése, tehát a gyógyulás és/vagy megelőzés és ennek megfelelően a célterületen tartózkodása alatt igénybe is vesz egészségutisztikai szolgáltatás(oka)t.” (ÖNKORMÁNYZATI ÉS TERÜLETFEJLESZTÉSI MINISZTERIUM 2007:9). Valójában bármely definíciót tekintjük, összességében az mondható, hogy az egészségutisztizmus a turizmus egy olyan típusa, ahol a fogyasztók alapvető célja az egészségi állapotuk megőrzése, illetve helyreállítása, valamint a betegségek megelőzése (SZABÓ 2011). Ez azt jelenti, hogy az egészségutisztizmus a turisták egészségének megőrzése, vagy helyreállítása érdekében jön létre (BUDAI – SZÉKÁCS 2001, DUNETS et al. 2020).

Maga az egészségutisztizmus igen szerteágazó fogalom, hiszen az egészség megőrzésére és helyreállítására alkalmas szolgáltatásokat egyaránt kínál. A legjelentősebb fogyasztói motivációk alapján az egészségutisztizmuson belül két alapvető irány különböztethető meg, a wellnessutisztizmus és a gyógyutisztizmus (KARDOS 2011:58).

A wellness valójában nem csupán egy turisztikai terméket, hanem egy komplex életfilozófiát jelent. Illing 2002-es definíciója szerint „a wellness a testi, szellemi és lelki jólétre való teljes törekvés vitalizáló és lazító eszközök/programok segítségével, amelyeket különleges egészségközpontokban alkalmaznak” (idézi LACZKÓ et al. 2008). A wellness esetében nem különféle betegségek kezeléséről és tünetek enyhítéséről beszélünk, hanem az egészségi problémák megelőzéséről, az egészség megőrzéséről és fejlesztéséről (VOIGT – LAING 2013). A wellnessutisztizmus fogyasztói alapvetően egészségesek, utazási döntéseiket nem a gyógyulás reménye, hanem a kikapcsolódás, a pihenés és a prevenció motiválja (KARDOS 2011:58.). A wellnessutisztizmust tekintve a turisták szabadidejükben, saját diszkrecionális jövedelmük terhére vesznek igénybe egészségmegőrzés céljából kialakított turisztikai szolgáltatásokat (ÖNKORMÁNYZATI ÉS TERÜLETFEJLESZTÉSI MINISZTERIUM 2007:10). Termékjellemzői és komplexitása révén a wellnessutisztizmus kiegészítő szolgáltatásokat is igényel, a turisták utazási döntései kapcsán az egészségmegőrzés mellett jellemzően a kulturális turizmus attrakciói is alapvető fontossággal bírnak (COSTA et al. 2015, KÁNTOR 2019, MANGWANE – NTANJANA 2020). A kiegészítő szolgáltatások különösen vidéki környezetben kapnak jelentős szerepet, hiszen az ilyen jellegű desztinációk adottságai miatt nem minden esetben lehetséges csupán egyetlen turizmustípust megnevezni vonzerőként (TÓTH-KASZÁS et al. 2018).

A wellnessutisztizmussal szemben a gyógyutisztizmus alapvetően azoknak a fogyasztóknak kínál szolgáltatásokat, akik valamilyen krónikus betegséggel rendelkeznek. A gyógyutisztizikai céllal utazó turisták természetes gyógytényezőkre épülő (pl.: gyógyvíz, gyógybarlang, klíma) gyógyászati szolgáltatásokat vesznek igénybe, legfőbb motivációjuk pedig a gyógyulás. A gyógyutisztizmus alapvetően kellemes és hasznos tevékenységeket kapcsol össze egymással, hiszen az egészségi állapotuk javításának céljával utazó turisták programjában szabadidős elemek is megjelennek (HUNTER 2007, DEMICCO 2017).

A wellnessutisztizmus és a gyógyutisztizmus ugyan alapvetően különféle céllal kínált szolgáltatásokat tömörítenek, a két terület között nem minden esetben húzható egyértelmű határvonal, megfigyelhetők átfedések, ugyanakkor jellemző, hogy egyre inkább az átfogó wellness élmény kerül előtérbe a gyógyutisztizmus szolgáltatásai esetében is (REISMAN 2010, SZIVA 2010).

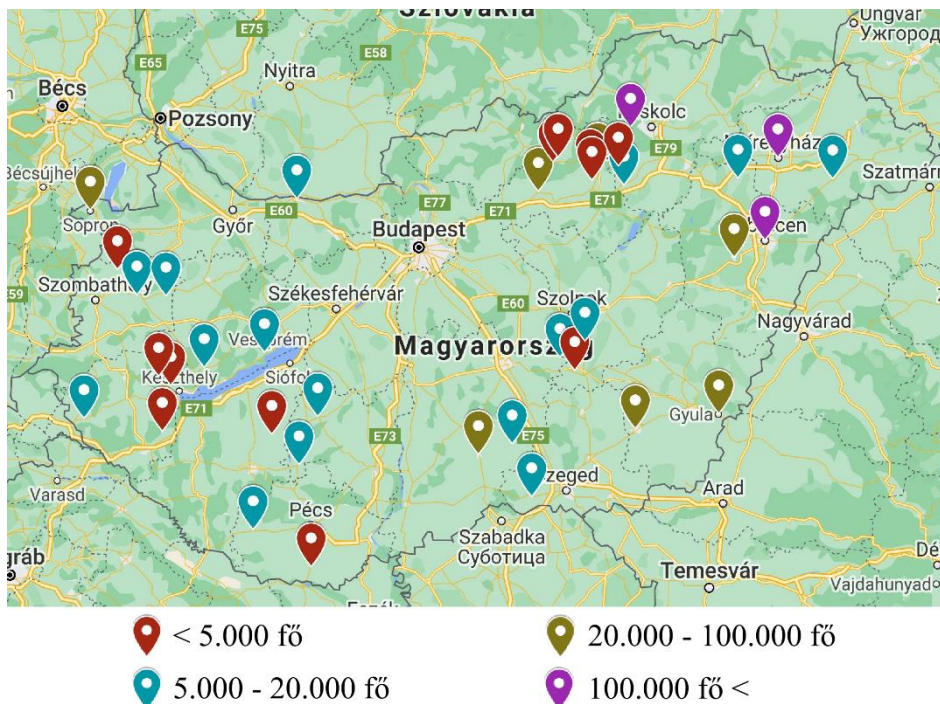
## **2. Gyógyhelyek, a hazai egészségutisztizmus „fő színterei”**

A magyarországi egészségutisztizmus szempontjából fontos szerepe van a minősített gyógyhelyeknek, hiszen azok a hazai egészségutisztizmus „fő színterei” (MTÜ 2017:50). A gyógyításra bizonyítottan alkalmas minősített gyógyhelyek településekhez kapcsolódnak és

fontos központjai Magyarország egészségturisztikai kínálatának (MTÜ 2017). Az egészségturizmus szempontjából hazánk előnyös tulajdonságokkal rendelkezik, hiszen adottságait illetően a világ élvonalában szerepel (KÚTVÖLGYI 2017). Maga a gyógyhely minősítés megszerzése egy szigorú feltételrendszerrel körülbástyázott költséges folyamat, amely jelentős presztízsértékkel bír (ITTHON.HU).

A hazai gyógyhelyek minősítését és nyilvántartását Budapest Főváros Kormányhivatala végzi. A hivatal által 2021-ben közzétett nyilvántartás alapján hazánkban 39 darab minősített gyógyhely található, melyeknek 38 település ad otthont (1. ábra) (BUDAPEST FŐVÁROS KORMÁNYHIVATALA).

**2. ábra. Minősített gyógyhelyek Magyarországon**



*Forrás: saját szerkesztés*

A gyógyhelyeknek otthont adó települések igen sokfélék, hiszen akadnak köztük kisméretű települések (község), amelyek ötezenél kevesebb állandó lakossal rendelkeznek (12 darab), kisvárosok, amelyek lakosság száma 5.001-20.00 fő közötti (16 darab), középvárosok, amelyek 20.001-100.000 fő állandó lakossal rendelkeznek (7 darab) és megyei jogkörrel rendelkező nagyvárosok, melyekben több, mint 100.000 fő lakik (3 darab) (TÉRPORT.HU). A minősített gyógyhelyek Magyarország jelentős részét lefedik, az ország megyéi között csupán három olyan van, amely még nem rendelkezik minősített gyógyhellyel (Fejér, Pest és Nógrád megyék).

Egy település területének egy része, vagy egésze akkor nevezhető gyógyhelynek, ha:

- rendelkezik a törvények alapján meghatározott típusú természetes gyógytényezővel (pl.: gyógyvíz, gyógybarlang, éghajlat, stb.),
- biztosítani tudja a gyógyulásra vágyók zavartalan időtöltését és megfelel a gyógyítás alapvető feltételeinek (pl.: tiszta levegő, megfelelő zajterhelés, stb.),
- biztosított a pihenés infrastruktúrája (pl.: közművek, szolgáltatások, infrastruktúra),

- lehetséges a rendelkezésre álló gyógytényezőt intézményesített kereteken belül hasznosítani, azaz rendelkezésre áll legalább egy olyan intézmény, amely gyógyászati szolgáltatásokat kínál (pl.: gyógyszálloda, gyógyfürdő, stb.) (74/1999. (XII. 25.) EÜM RENDELET).

### 3. Az egészségturizmus települési szintű hatásai

A turizmus komplex termék, így jelentős hatást képes gyakorolni a társadalmi, gazdasági és természeti környezetre, továbbá dinamikus fejlesztési eszközként és kitörési lehetőségként is szolgálhat egy-egy desztináció számára (GHULAMRABBANY et al. 2013). Az egészségturizmus szolgáltatásai jellegénél fogva alkalmas a magas diszkrecionális jövedelemmel rendelkező fogyasztók érdeklődésének felkeltésére is (DRAGIČEVIĆ – PALEKA 2019).

A turizmus kapcsán elsősorban annak gazdasági szerepét szokás hangsúlyozni, amely elsősorban a szálláshelyi foglaltsági adatok, a bevételek és az utazók számával fejezhető ki. A gazdasági hatások természetesen fontosak, azonban lényeges megemlíteni a pozitív társadalmi, illetve elsősorban az egészségturizmus kapcsán megjelenő fizikai hatásokat is (MICHALKÓ 2010).

A turizmus hatásait települési szinten vizsgálva lényeges kiemelni, hogy az intenzív kereslet pozitívan befolyásolhatja az önkormányzati bevételeket, hozzájárulhat a helyi lakosság idegennyelv tudásának fejlődéséhez, a biodiverzitás megőrzéséhez és a kevésbé fejlett gazdaságok/iparágak fellendítéséhez. Az egészségturizmus pozitív gazdasági hatásai kapcsán szükséges megemlíteni, hogy az egészségturizmushoz kapcsolódó fejlesztések értéknövelő hatással bírnak, a fejlesztések nyomán megvalósuló kapacitásbővülés és minőség-növekedés pedig a vendégforgalom bővülését, illetve a szezonális hatás csökkenését eredményezi. A bővülő vendégforgalom következtében növekszik a szolgáltatók árbevétele, ami magával hozza az önkormányzatok adóbevételeinek emelkedését (pl.: idegenforgalmi adó) is. Az egészségturizmus képes erősíteni a település imázsát és ismertségét, hozzájárul az ingatlanok értékének megőrzéséhez, illetve a multiplikátor hatásnak köszönhetően pozitívan befolyásolja a települési szolgáltatók gazdasági eredményeit, a foglalkoztatottsági adatokat, illetve a jövedelmek mértékét (SHAW – WILLIAMS 2004, MICHALKÓ 2010, MOLNÁR 2010).

Az egészségturizmus pozitív gazdasági hatásait tovább erősíti, hogy a kúraszerű kezeléseknél köszönhetően a turizmus más típusaihoz hasonlítva hosszabb a turisták átlagos tartózkodási ideje, ami magasabb egy vendégre, illetve vendégéjszakára jutó költséget eredményez. További előnyöket jelent, hogy az egészségturizmus által kínált szolgáltatásokat kevésbé sújtja a szezonális, a gazdasági recesszió és a barátságatlan időjárás, így a turisták száma jellemzően egész évben stabil. Hazánk területének 80%-a alatt található termálvíz, így az egészségturizmus a területi koncentráció csökkentésére is képes, azaz Magyarország olyan településeit és régióit is képes bekapcsolni a turizmus körforgásába, amelyek nem rendelkeznek más jellegű turisztikai attrakciókkal. Az egyes desztinációk számára az egészségturizmus különösen előnyös, hiszen annak fogyasztói jellemzően a turizmus más típusainak szolgáltatásait is igénybe veszik az utazásaik során, így az egészségturizmus bevételnövelő és munkahelyteremtő hatással bírhat többek között a kulturális turizmus, az ökoturizmus és a falusi turizmus esetében is (KOCZISZKY 2004, FEKETE – TURCSÁNYI 2009, HOJCSKA – SZABÓ 2011, KATONA 2011, BOROS – PRINTZ-MARKÓ – PRISZINGER 2011, MTÜ 2017, FERREIA – CASTRO 2020).

Az egészségturizmus egy település imázsának pozitív irányban történő elmozdításán keresztül is elősegítheti a gazdasági növekedést, mert az elégedett vendégek újabb potenciális látogatókat

generálnak, így a kereslet, vele párhuzamosan pedig a bevételek növekedése figyelhető meg (ÁLVAREZ et al. 2013). Az egészségturizmus azonban nem csupán a gazdaság és az általánosságban értelmezett turizmus helyzetének javítására alkalmas, hanem az elérhető egészségügyi szolgáltatások mennyiségének és minőségének pozitív irányú befolyásolására is. Az egészségturizmus hatására:

- a lakosság, illetve a települési önkormányzat terheinek növekedése nélkül érkezhethet forrás az egészségügybe,
- javulhat az egészségügyi ellátás színvonala, illetve javulhatnak az egészségügyi szolgáltatások infrastrukturális feltételei,
- innovatív tevékenységek kerülhetnek előtérbe, beruházások valósulhatnak meg,
- az egészségügyi képzettséggel rendelkező lakosok elvándorlása csökkenthető, vagy megállítható,
- javulhatnak a környéken élők megélhetési lehetőségei (ESKI 2010:10, ÁLVAREZ et al. 2013).

A gazdasági jellegű hatások mellett az egészségturizmus a helyi lakosok szubjektív és objektív életminőségére is hatást gyakorol. Az objektív életminőséget befolyásoló tényezők közé sorolhatók azok a viszonylag egyszerűen mérhető életkörülmények, amelyeket statisztikai adatok segítségével számszerűsíteni lehet, míg a szubjektív tényezők az egyes személyek szubjektív értékelésén alapulnak (pl.: elégedettség, közérzet, boldogság, stb.) (KISS – KÖKÉNY 2018).

Általánosságban igaz, hogy az egészségturizmus szerepének erősödésével javul a helyi közösségre kifejtett pozitív hatása is. Az egészségturizmus által generált fejlesztések (pl.: kulturális turizmus szolgáltatásai, egyéb szolgáltatások, felújítások, stb.) nem csupán a turisták, hanem a helyi lakosok számára is elérhetőek, így az ő életszínvonaluk is javul. Az egészségturizmus jóllétre gyakorolt pozitív hatása előnyösen befolyásolhatja a helyi lakosok adófizetési kedvét is, valamint hozzájárulhat a helyiek szellemi vagyonának felértékelődéséhez és az egészségi állapotuk javulásához (ARUNANONDCHAI – FINK 2006, SUESS et al. 2018, KÁNTOR 2020). Woo egy 2013-as kutatása során a turizmus helyi közösségek életminőségére gyakorolt hatását vizsgálta.

Széles körben elfogadott tény, hogy az egészségturizmus számtalan gazdasági és társadalmi előnyt generál, azonban nem szabad elfeledkezni arról sem, hogy az egészségturizmusnak lehetnek negatív hatásai is. A potenciális negatív hatások mind gazdasági tekintetben, mind pedig az életminőséggel kapcsolatosan megjelenhetnek. Nem megfelelő tervezés és menedzsment esetén problémákat okozhat az esetleges szezonális foglalkoztatás és a fluktuáció, az infrastruktúra túltelítődése, a természeti környezetre nehezedő fokozott nyomás, a lokális környezetszennyezés, a hagyományos értékek és tevékenységek elüzettesedése, valamint az ingatlanok és akár az alapvető élelmiszerek kapcsán is megfigyelhető árnövekedés (CROUCH – RITCHIE 1999, UNWTO 2005, PUCZKÓ – RÁTZ 2005, CAPÓ – VALLE 2008, HUSTINÉ 2011). Szélsőséges esetben az is előfordulhat, hogy az egészségturizmushoz kötődő beruházások során nem veszik figyelembe a helyi lakosok igényeit, így a megvalósult fejlesztések csupán alacsony mértékű gazdasági és társadalmi hasznot hoznak a fogadóközösségek számára (ARCHER et al. 2005). Az egészségturizmus kiszoríthatja a helyi lakosokat az adott településre jellemző hagyományos tevékenységekből, illetve feszült helyzet alakulhat ki akár az egészségügyi ellátás kapcsán is (HELMAN 2007).

#### 4. A kutatás módszertana

A tanulmány alapjául szolgáló kutatás célkeresztjében azok a minősített gyógyhellyel rendelkező hazai települések állnak, amelyek kevesebb, mint ötezer állandó lakossal rendelkeznek. Ezen települések életére és általános gazdasági jellemzőire nézve jelentős hatást gyakorol az egészségturizmus, hiszen ezeken a településeken sok esetben az egészségturizmus adja a turisztikai kínálat egészét és a helyi gazdaság motorját. A minősített gyógyhellyel rendelkező települések közül a kutatás alapját adó településeket a Lechner Tudásközpont által üzemeltetett Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR) térítésmentesen elérhető online szolgáltatása, a TÉRPORT népességszám szerint történő településoosztályozási rendszerének segítségével jelöltem ki.

A kutatás célja, hogy a vizsgált, gyógyhellyel rendelkező települések (Bogács, Bük, Demjén, Hévíz, Zalakaros, Kehidakustány, Harkány, Igal, Egerszalók, Mátraderecske, Parád, Cserkeszőlő) esetében azonosítsa az egészségturizmus életminőségre és gazdaságra gyakorolt lokális hatásait.

A kutatás kérdései a következők:

- Milyen hatást gyakorol az egészségturizmus a minősített gyógyhellyel bíró, ötezernél kevesebb állandó lakossal rendelkező hazai települések lakosainak életminőségére?
- Milyen hatással van az egészségturizmus a minősített gyógyhellyel bíró, ötezernél kevesebb állandó lakossal rendelkező hazai települések települési szintű gazdaságára?

A vizsgált településekhez kapcsolódóan lakossági és önkormányzati kérdőíves felmérés készült. A helyi lakosok számára szóló, online formában elérhető, önkitöltős kérdőívek a Limesurvey szoftver segítségével készültek. A lekérdezés 2019. november 1. és 2020. március 30. között történt. A települések helyi lakosait az egyes településekhez tartozó, adott településekre fókuszáló és a települések helyi lakosainak szóló Facebook csoportok segítségével értem el. 2018-as adatok alapján a kutatás alapját adó települések (12 darab) összesen 28.871 állandó lakossal rendelkeznek. A lakossági kérdőívre összesen 410 darab teljes, hiánytalan kitöltés érkezett, amely a települések összesített lakosságának 1,42%-a. Bár a vizsgált települések mindegyikéről érkezett kitöltés, a kapott eredmény nem reprezentatív.

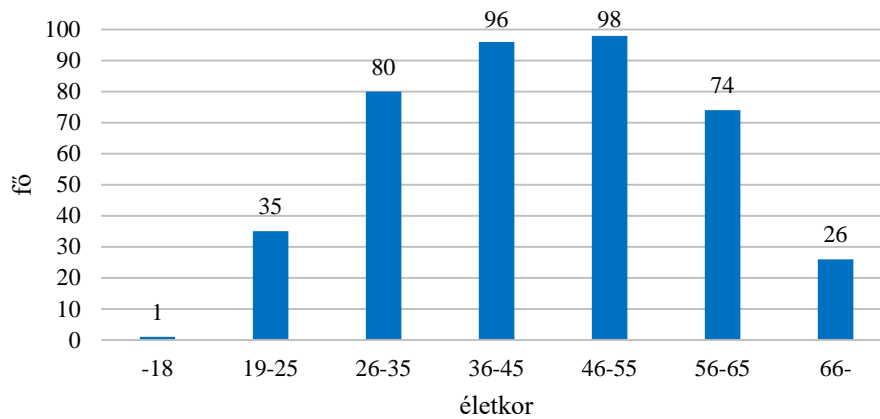
A települések önkormányzatai számára szóló online kérdőív ugyancsak a Limesurvey szoftver segítségével készült, a lekérdezés pedig a 2019 ősze és 2020 tavasza közötti időszakban, valamint 2020 őszén történt. Az önkormányzatok válaszadási aránya 100%-os volt.

#### 5. A lakossági kérdőív eredményei

A vizsgált települések lakosai számára kiküldött online kérdőívekre összesen 410 darab hiánytalan, az elemzések során felhasználható kitöltés érkezett. Bár a vizsgált települések mindegyikéről érkezett kitöltés, az eredmény nem reprezentatív.

A válaszadók többsége, 83%-a nő, 17%-a pedig férfi volt. A kitöltők életkori megoszlását illetően a válaszadók között a legnagyobb csoportot (24%) a 46-55 évesek alkották, őket követte a 36-45 évesek (23%), valamint a 26-35 évesek (20%) csoportja (2. ábra).

### 3. ábra. A válaszadók életkor szerinti megoszlása

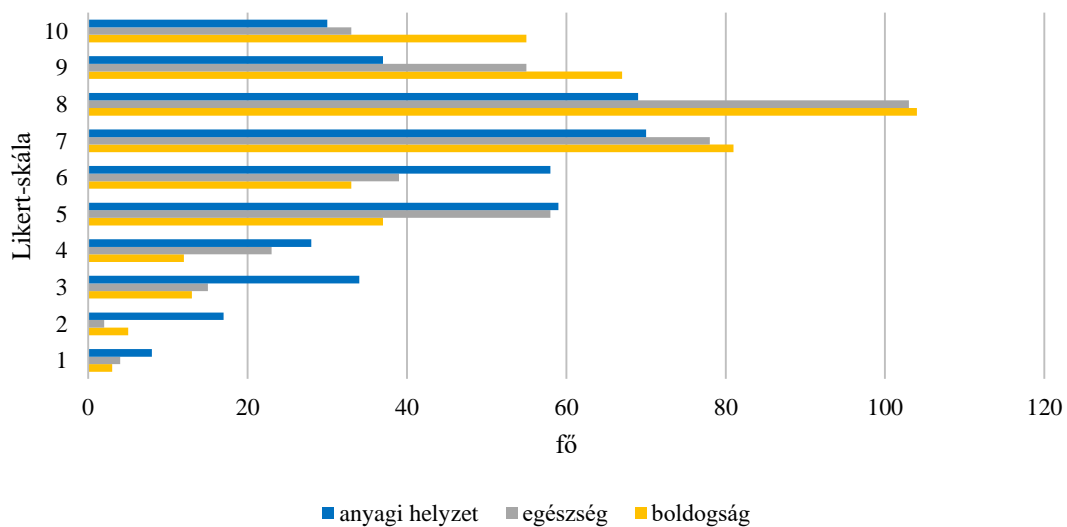


*Forrás: saját szerkesztés*

A kérdőívet kitöltő lakosok végzettségét illetően legnagyobb arányban a középfokú végzettséggel rendelkezők (58%) vannak, őket a felsőfokú végzettségűek követik (40%), az alacsony végzettséggel rendelkezők aránya pedig mindössze 3%. Foglalkozás szempontjából a válaszadók 37%-a szellemi alkalmazottként dolgozik, további 19%-uk fizikai alkalmazott, 15%-uk vállalkozó, 14%-uk nyugdíjas, a többiek pedig inaktívak (GYES, GYED, stb.), tanulók, munkanélküliek, vagy szellemi szabadfoglalkozásúak.

Az egészségturizmus életminőségre gyakorolt hatásai közül elsősorban a szubjektív életminőségre gyakorolt potenciális hatásokkal foglalkoztam. A szubjektív életminőség kapcsán három kérdést tettem fel, melyek segítségével a kitöltők egy tízelemű Likert-skálán (ahol 1= teljes mértékben elégedetlen, 10= teljes mértékben elégedett) értékelték a saját boldogságukat, egészségüket és anyagi körülményeiket. A válaszadók mindhárom tényező kapcsán inkább elégedettnek mondhatók, hiszen a boldogság esetében 83%-uk, az egészség tekintetében 75%-uk, az anyagi helyzet esetében pedig 64%-uk jelölt 5-ösnél magasabb értéket. A módusz értéke az anyagi helyzet esetén 7, a másik két esetben 8, az átlag pedig az anyagi helyzet 6-os értékét leszámítva mindenhol 7-tel egyenlő (3. ábra).

### 4. ábra. A kérdőívet kitöltők szubjektív életminősége



*Forrás: saját szerkesztés*

A szubjektív életminőség és a lakóhely közötti kapcsolat vizsgálatához a Cramer-féle asszociációs együtthatót használtam, hiszen egy nominális (lakóhely) és egy ordinális (szubjektív életminőség értékelése) skálán mért változó közötti kapcsolatot vizsgáltam. A kapott eredmények alapján elmondható, hogy nincs szignifikáns kapcsolat aközött, hogy a válaszadók a vizsgált települések közül melyikben élnek, illetve milyenek értékelik a szubjektív életminőségüket (boldogság – Sig.=0,610; egészségesség – Sig.=0,117; anyagi helyzet – Sig.=0,231).

A Spearman-féle rangkorrelációs számítás segítségével megvizsgáltam, hogy van-e szignifikáns kapcsolat az egészségturizmus település életében betöltött jelentőségének értékelése, illetve a szubjektív életminőség között. A kapott eredmények alapján elmondható, hogy mind a boldogság, mind az egészségesség, mind pedig az anyagi helyzet esetében pozitív irányú, szignifikáns, gyenge kapcsolat figyelhető meg az egészségturizmus település életében betöltött jelentősége kapcsán (1. táblázat). Ez azt jelenti, hogy minél jelentősebbnek értékelik az egészségturizmus szerepét egy gyógyhellyel rendelkező, ötezer fő alatti település lakosai, annál jobb a szubjektív életminőségük, tehát annál jobbra értékelik a saját boldogságukat, egészségi állapotukat és anyagi helyzetüket.

**1. táblázat: Az egészségturizmus települési szintű jelentőségének megítélés és a szubjektív életminőség közötti kapcsolatvizsgálat eredményei**

		Correlation Coefficient	szubjektív életminőség		
			boldogság	egészségi állapot	anyagi helyzet
Spearman's rho	Az egészségturizmus kiemelkedő jelentőséggel bír a település életében	Correlation Coefficient	,113*	,133*	,139*
		Sig. (2-tailed)	,23	,008	,005
		N	399	399	399

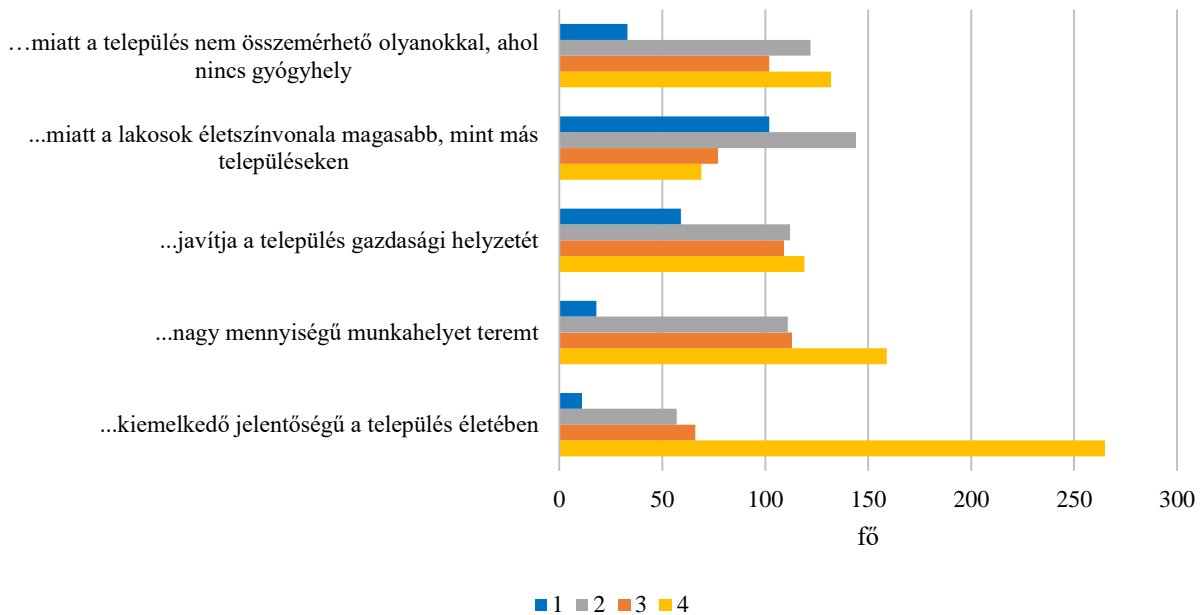
\*\**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

*Forrás: saját szerkesztés, SPSS Statistics alapján*

A válaszadók egészségturizmussal kapcsolatos attitűdjei négyelemű Likert-skálák segítségével (ahol 1= nem értek egyet, 4=teljes mértékben egyetértek) kerültek felmérésre. Ahogyan a 4. ábrán látható, a válaszadók többsége úgy véli, hogy az egészségturizmus kiemelkedő jelentőséggel bír a lakóhelyéül szolgáló település életében.

Az egészségturizmus munkahelyteremtő, illetve gazdaságélénkítő hatását illetően ugyancsak pozitív a válaszadók értékelése, többségük „egyetért”, vagy „teljes mértékben egyetért” a 4. ábrán látható állításokkal. A település más településsel szembeni különleges helyzetével kapcsolatos vélemények már kiegyenlítettebbek, az életszínvonal tekintetében többségében vannak azok, akik szerint a lakóhelyük egészségturizmusban való érdekeltisége nem eredményez más településen élőkénél magasabb életszínvonalat a helyiek számára.

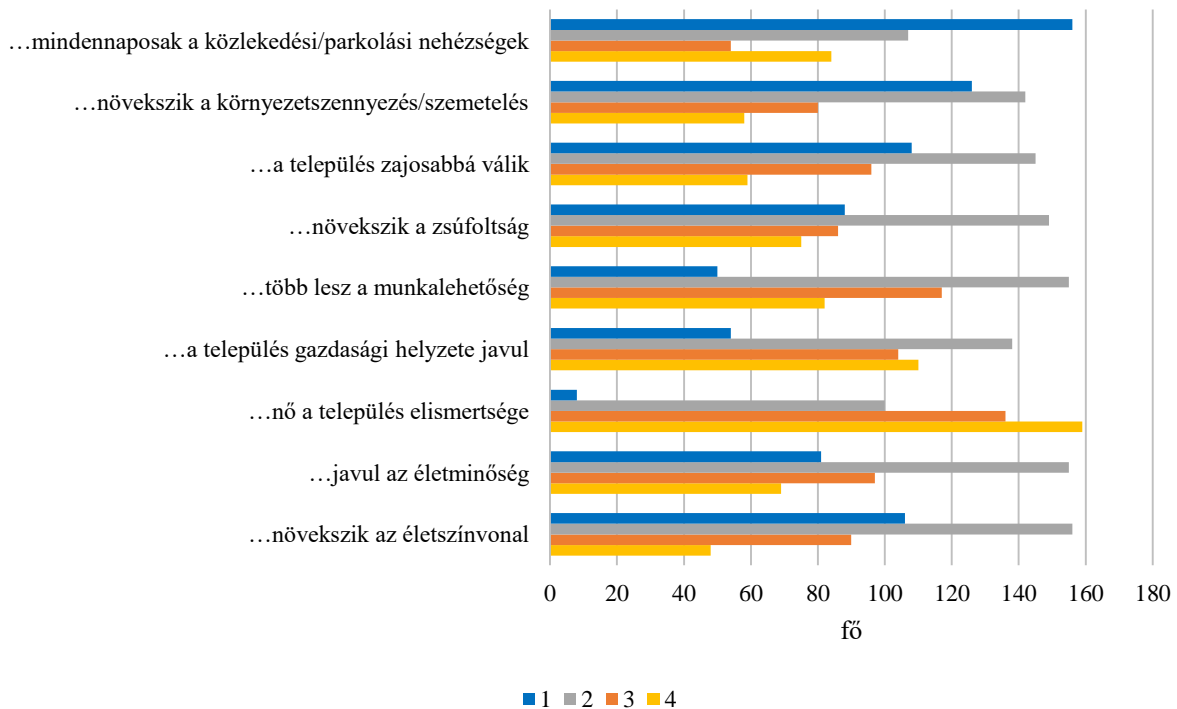
### 5. ábra. Az egészségturizmus...



*Forrás: saját szerkesztés*

A továbbiakban a válaszadóknak az egészségturizmus hatásait kellett értékelniük négyelemű Likert-skálák segítségével (ahol 1= nem értek egyet, 4=teljes mértékben egyetértek). A kérdőívet kitöltő lakosok többsége szerint az egészségturizmus nem okoz közlekedési/parkolási nehézségeket, többlet környezetszennyezést, zajterhelést és zsúfoltságot a vizsgált településeken. A munkalehetőségek mennyiségének növekedése esetén kiegyenlítették a válaszok, a kitöltők egyik fele úgy gondolja, hogy az egészségturizmus miatt nem növekszik a településen elérhető munkahelyek száma, másik felük szerint azonban az egészségturizmus munkahelyeket teremt. Az egészségturizmus gazdasági helyzetre gyakorolt hatását illetően is hasonló a helyzet, a válaszadók 52%-a gondolja úgy, hogy az egészségturizmus hatására javul a lakóhelyeül szolgáló település gazdasági helyzete. Az életminőségre és az életszínvonalra gyakorolt hatások megítélése esetében egyaránt negatív a kép, a megkérdezettek nagyobb része szerint ugyanis más településekhez hasonlítva az egészségturizmus nem eredményezi a helyi lakosok életszínvonalának intenzívebb mértékű javulását. Az egészségturizmus települési imázsjavító hatása azonban egyértelmű, a lakók 72%-a gondolja úgy, hogy az egészségturizmus miatt lakóhelyének ismertsége és hírneve növekszik.

### 6. ábra. Az egészségturizmus hatására...



*Forrás: saját szerkesztés*

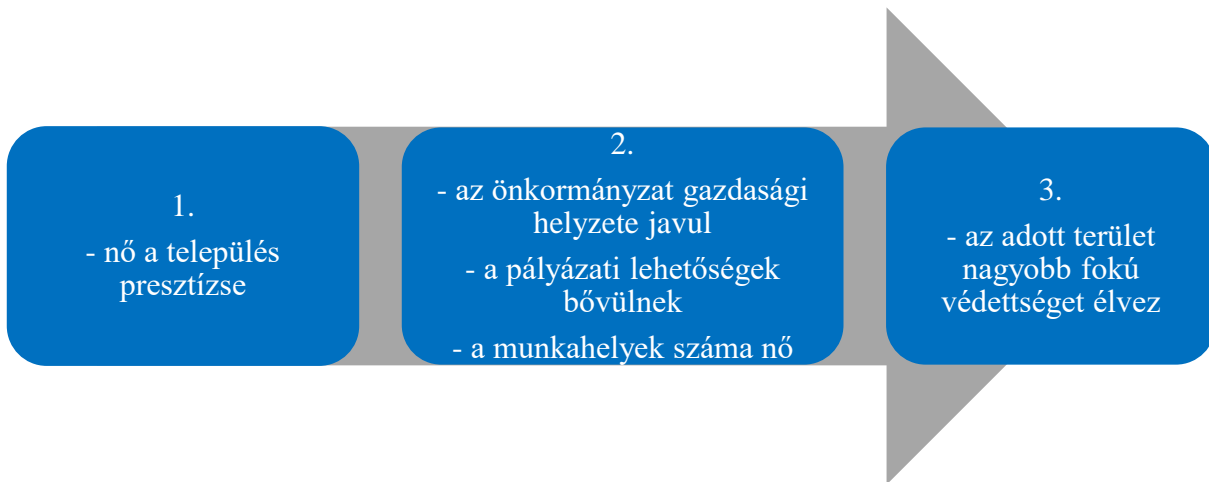
### 6. Az önkormányzati kérdőívek eredményei

A vizsgált települések önkormányzatainak szóló kérdőívet az összes település hiánytalanul kitöltötte (12 db), így a válaszadási arány 100%-os volt.

Az egészségturizmus település életében betöltött jelentőségét a vizsgált települések négyelemű Likert skálán értékelték, ahol az 1-es jelentése „nem meghatározó”, a 4-es jelentése pedig „nagyon meghatározó” volt. Négy darab, 3-as értéket jelölő település kivételével minden önkormányzat a legmagasabb, 4-es értéket jelölte a kérdés esetében. Ez azt jelenti, hogy a kutatás alapjául szolgáló települések meghatározónak, illetve nagyon meghatározónak értékelik az egészségturizmus szerepét. Ennek megfelelően a települések három legfontosabb turisztikai attrakcióját összegyűjtő kérdés esetében az önkormányzatok többsége az első és a második helyen egészségturisztikai attrakciókat említett, míg a harmadik helyen a kulturális turizmus attrakciói voltak többségben.

A gyógyhely minősítés létesítésével és fenntartásával kapcsolatos indokokat fontosság szerinti sorrendbe rendezhették a vizsgált települések önkormányzatai. Az első helyre leggyakrabban a település presztízsének növekedését sorolták, míg a második helyet illetően három tényező is holtversenyben végzett (az önkormányzat gazdasági helyzete javul, a pályázati lehetőségek bővülnek, a munkahelyek száma nő). A harmadik helyre a gyógyhellyé minősített terület nagyobb fokú védettsége került (6. ábra). A települések önkormányzatai szerint a gyógyhely minősítés semmilyen hátrányt sem jelent a települések számára, fenntartása pedig a többség szerint elfogadható mértékű kötelezettségekkel (67%) és elfogadható mértékű költségekkel (58%) jár. Mindössze a megkérdezett települési önkormányzatok egyike gondolja úgy, hogy jelentős mértékű költségek és kötelezettségek kötődnek a gyógyhely minősítés fenntartásához.

### 7. ábra. A gyógyhely minősítés megszerzésének/fenntartásának előnyei



*Forrás: saját szerkesztés*

A kutatás során vizsgált települések az elmúlt öt év során megvalósult legfontosabb fejlesztéseket illetően elsősorban egészségturisztikai célú, illetve az általános infrastruktúrát fejlesztő beruházásokat soroltak fel, az elkövetkező öt évben tervezett fejlesztések többsége pedig szintén az egészségturizmushoz kötődik.

#### **Összegzés**

A tanulmány alapjául szolgáló kutatás arra kereste a választ, hogy hogyan befolyásolja az egészségturizmus a minősített gyógyhellyel rendelkező, ötezer főnél kevesebb állandó lakossal bíró települések lakóinak életminőségét, illetve a települések gazdaságát.

A lakossági és önkormányzati kérdőívek segítségével összegyűjtött információk alapján megállapítható, hogy az egészségturizmus mind az életminőségre, mind pedig a települések gazdasági lehetőségeire hatással van.

Az egészségturizmus települési szintű gazdaságra gyakorolt hatásait tekintve a lakossági és az önkormányzati kérdőívek eredményeit figyelembe véve egyértelműen látszik, hogy az egészségturizmus pozitív hatást gyakorol a vizsgált települések ismertségére és imázsára, gazdasági helyzetére, munkahelyeinek számára, fejlesztési lehetőségeire, illetve a gyógyhely minősítéssel rendelkező terület értékeinek megóvására.

A Cramer-féle asszociációs együttható megmutatta, hogy a szubjektív életminőség tekintetében nincs szignifikáns kapcsolat az egyén értékelése és aközött, hogy a vizsgált települések közül melyikben él. A Spearman-féle rangkorrelációs számítás eredménye alapján azonban látható, hogy pozitív irányú gyenge kapcsolat mutatható ki az egészségturizmus település életében betöltött jelentősége és a szubjektív életminőség között. Ez azt jelenti, hogy az egészségturizmus képes pozitívan befolyásolni a gyógyhely minősítéssel bíró, ötezer főnél kevesebb állandó lakossal rendelkező hazai települések lakosainak szubjektív életminőségét. Az életminőségben megfigyelhető növekményt egyrészt az egészségturizmus jótékony gazdasági hatásai okozzák, másrészt pedig az a tény, hogy a turisztikai fejlesztések nyomán létrejövő egészségjavító és egészségmegőrző, valamint a kikapcsolódást szolgáló szolgáltatásokat a turisták mellett a helyi lakosok is igénybe vehetik.

További pozitívum, hogy a települések lakosainak tapasztalatai alapján az egészségturizmus potenciális negatív hatásai a vizsgált települések esetében kevésbé érvényesülnek (pl.: megnövekedett zajszint, zsúfoltság, közlekedési nehézségek).

A turizmus, azon belül pedig az egészségturizmus gazdasági jelentőségét a vizsgált települések esetében a SARS-CoV-2 koronavírus járvány okozta pandémia következményei is megmutatták. A járványhelyzet következtében hozott korlátozások a jelen tanulmányban vizsgált településeket is hátrányosan érintették, hiszen az egészségturizmus leállása ezen települések esetében szinte a teljes helyi gazdaság leállítását is eredményezhette. Az egyes települések egészségturisztikai szolgáltatói számára a 2020-ban és 2021-ben általánosságban erőteljesnek mondható nyári szezon segítséget nyújtott ugyan a túléléshez, a kieső bevételeket azonban nem tudta pótolni. Az egészségturizmus nagy hagyományokkal rendelkezik hazánkban, így a vizsgált települések esetében is valószínűsíthető a vírushelyzet miatt mesterséges módon elfojtott turisztikai kereslet robbanásszerű újjáéledéséből fakadó gyors helyreállítás.

## Irodalomjegyzék

- ÁLVAREZ, M. M. – SMITH, R. D. – CHANDA, R. (2013): The Impact of Medical Tourism in Low- and Middle-Income Countries. In: Botteril, D. – Pennings, G. – Mainil, T. (eds): *Medical Tourism and Transnational Health Care*. Palgrave Macmillan, Hampshire
- ARCHER, B. – COOPER, C. – RUHANEN, L. (2005): The Positive and Negative Impacts of Tourism. In: Theobald, W. F. (eds): *Global Tourism* (3rd edition). Elsevier, Burlington
- ARUNANONDCHAI, J. – FINK, C. (2006): Trade in health services in the ASEAN region. *Health Promotion International*, 21(suppl\_1), 59–66. DOI:10.1093/heapro/dal052
- BOROS, SZ. – MONDOK, A. – VÁRHELYI, T. (2012): *Az egészségturizmus szolgáltatásai és menedzsmentje*. Szolnoki Főiskola, Szolnok
- BOROS, SZ. – PRINTZ-MARKÓ, E. – PRISZINGER, K. (2011): Egészségturizmus. In: Michalkó, G. (szerk.) *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- BUDAI, Z. – SZÉKÁCS, O. (2001): A magyar egészségturisztikai kínálat alakítása a különböző célcsoportok igényei szerint. *Turizmus Bulletin* V. évfolyam 4. szám
- CAPÓ, J. – VALLE, E. (2008): The Macroeconomic Contribution of Tourism. In: Ramos, A. D. – Jiménez, P. S. (eds.) *Tourism Development: Economics, Management and Strategy* Nova Science Publishers, New York
- COSTA, C. – QUINTELA, J. – MENDES, J. (2015): Health and Wellness Tourism: A Strategic Plan for Tourism and Thermalism Valorization of São Pedro do Sul. In: Ortiz-Peris, M. – Álvarez-García, J. (eds.) *Health and Wellness Tourism: Emergence of a New Market Segment*. Springer, Cham
- 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)
- DEMICCO, F. J. (2017): *Medical Tourism and Wellness: Hospitality Bridging Healthcare (H2H)*. Apple Academic Press, Waretown
- DRAGIČEVIĆ, D. – PALEKA, H. (2019): Health tourism market in poland and croatia – financial effects and potentials. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, Vol. 5, pp. 219-232., DOI: 10.20867/tosee.05.5
- DUNETS, A. N. – YANKOVSKAYA, V. V. – PLISOVA, A. B. – MIKHAILOVA, M. V. – VAKHRUSHEV, I. B. – ALESHKO, R. A. (2020): Health Tourism In Low Mountains: A Case

Study. *Entrepreneurship and Sustainability Issues* 7(3), pp. 2213-2227.  
DOI:10.9770/jesi.2020.7.3(50)

ESKI (EGÉSZSÉGÜGYI STRATÉGIAI KUTATÓINTÉZET) (2010): *Az egészségügyi turizmus jövőképe, szükséges fejlesztési irányai*. Egészségügyi Stratégiai Kutatóintézet, Budapest

FEKETE, S-NÉ – TURCSÁNYI, K. (2009): *Az egészségturizmus szerepe a területfejlesztésben*. A virtuális intézet közép-európa kutatására (VIKEK) évkönyve 2009/3) pp. 34-39

FERREIA, F. A. – CASTRO, C. (2020): Medical tourism in Portugal - a potential niche market. – In: Rocha, Á. – Abreu, A. – Vidal de Carvalho, J. – Liberato, D. – González, E. A. – Liberato, P. (szerk.): *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems*. Springer, pp. 615-625. DOI: 10.1007/978-981-15-2024-2\_53

KISS, K. – KÖKÉNY, L. (2018): Csak egészség legyen!? – A magyar lakosság szubjektív életminőségének tényezői egy empirikus kutatás alapján. In: Reisinger, A. – Kecskés, P. – Buics, L. – Berkes, J. – Balassa, B. (szerk.): *"Kulturális gazdaság"*. Kautz Gyula Emlékkonferencia elektronikus formában megjelenő kötete. Győr, pp. 1-10.

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

HELMAN, C. G. (2007): *Culture, Health and Illness* (5th edition). Hodder Arnold, London

HOJCSKA, Á. – SZABÓ, Z. (2011): *Fizioterápia az egészségturizmusban: Oktatási segédlet*. Szent István Egyetem Egészségtudományi és Környezetegészségügyi Intézet, Gyula

HUNTER, C. W. (2007): Medical Tourism: A New Global Niche. *International Journal of Tourism Sciences*, 7 (1) pp. 129-140. DOI: 10.1080/15980634.2007.11434599

HUSTINÉ DR. BÉRES, K. (2011): *Fürdők és az egészségturizmus közgazdaságtana*. Szent István Egyetem, Gödöllő

ISSENBERG, S. (2016): *Outpatients: The Astonishing New World of Medical Tourism*. Columbia Global Reports, New York

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.

KARDOS ZOLTÁNNÉ (2011): *Turisztikai ismeretek*. Egyetemi tankönyv, Keszthely. pp. 57–58.

KATONA, I. (2011): Tematikus TDM összefogások. In: Hanusz, Á. (szerk.) *A helyi TDM szervezetek szerepe a desztináció turisztikai kínálatának fejlesztésében*. Nyíregyháza Város és Nyíregyházi Főiskola, Nyíregyháza

KÁNTOR, SZ. (2019): Culture in Baths - Bathing in Culture? In Hojeska, Á. E. (szerk.) *Changing Spa Towns : 2nd Science Papers of the Spa Towns*, Magyar Fürdővárosok Szövetsége Egyesület, Tata, pp. 133-154.

KÁNTOR, SZ. (2020): Turizmus szakos hallgatók kultúrafogyasztásának sajátosságai. *Turisztikai És Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5:1, pp. 47-60., DOI: 10.15170/TVT.2020.05.01.04

- KOCZISZKY, GY. (2004): Egészségügyi klaszter(ek) kialakításának lehetőségei az Észak-magyarországi régióban. *Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek* 1. Évf.:(2. Sz.) pp. 3-31.
- KOSKINEN, V. (2019): Spa tourism as a part of ageing well. *International Journal of Spa and Wellness*, DOI: 10.1080/24721735.2019.1668673
- KÚTVÖLGYI, V. (2017): Cserkeszőlő gyógyfürdőjének egészségturisztikai vizsgálata. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 2. évf. 2. szám
- LACZKÓ, T. – ZSIGMOND, E. – LAMPEK, K. (2008): A wellness térnyerése Magyarországon. *Egészségfejlesztés*, XLIX. évfolyam, 2008. 5-6. szám. Országos Egészségfejlesztési Intézet, Budapest
- LEE, T. J. – HAN, J. S. – KO, T. G. (2020): Health-Oriented Tourists and Sustainable Domestic Tourism. *Sustainability* 12(12), DOI:10.3390/su12124988
- MANGWANE, J. – NTANJANA, A. (2020): Wellness Tourism in South Africa: Development Opportunities. In: Rocha, Á. – Abreu, A. – Vidal de Carvalho, J. – Liberato, D. – González, E. A. – Liberato, P. (szerk.): *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems*. Springer, pp. 581-592. DOI: 10.1007/978-981-15-2024-2\_50
- MICHALKÓ, G. (2010): *Boldogító utazás: a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest
- MOLNÁR, CS. (2010): Az egészségturisztikai fejlesztések hatásai különös tekintettel Kelet-Magyarországra. *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok* V. évf. 1-2. pp. 120-125.
- MTÜ (MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG) (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia, 2030 (NTS)*
- ÖNKORMÁNYZATI ÉS TERÜLETFEJLESZTÉSI MINISZTERIUM (2007): *Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia*, Aquaprofit Műszaki, Tanácsadási és Befektetési Rt., Budapest, pp. 9–10.
- PUCZKÓ, L. – RÁTZ, T. (2005): *A turizmus hatásai*. Aula, Budapest
- REISMAN, D. (2010): *Health tourism: Social Welfare through International Trade*. Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham
- RIEGER, T. (2013): Sustainability and Health Tourism. In: Jenkins I. – Schröder, R. (eds.) *Sustainability in Tourism: A Multidisciplinary Approach*. Springer Gabler, Wiesbaden
- SHAW, G. – WILLIAMS, A. M. (2004): *Tourism and Tourism Spaces*. SAGE Publications, London
- SMITH, M. – PUCZKÓ, L. (2017): *The Routledge Handbook of Health Tourism*. Routledge, Abingdon
- SUESS, C. – BALOGLU, S. – BUSSER, J. A. (2018): Perceived impacts of medical tourism development on community wellbeing. *Tourism Management* (69) pp. 232–245.
- SZABÓ, Z. (2011): Inanspruchnahme von Heilbad-Dienstleistungen im Lichte von Verbrauchererhebungen. In: Darabos, F. (szerk.): *Kincs, ami van – Fókuszban az egészségturizmus*. Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó, Győr. pp. 121–134.
- SZABÓ, Z. (2015): Fürdőturizmus – városfejlesztés – térségi modernizáció. In: Galambos, I. – Michalkó, G. – Törzsök, A. – Wirth, G. (szerk.): *Fürdővárosok Budapest, Magyarország: Magyar Földrajzi Társaság, Történelmi Ismeretterjesztő Társulat Egyesület*, pp. 279-289.

SZIVA, I. (2010): Öntsünk tiszta vizet... Az egészségturizmus fogalmi lehatárolása és trend-jeinek válogatott bibliográfiája. *Turizmus Bulletin* XIV. évfolyam 4. szám

TÓTH-KASZÁS, N. – KELLER, K. – PÉTER, E. – ERNSZT, I. (2018): Alkalmas-e a vidéki térség a mai utazók igényeinek kielégítésére? A letenyei kistérség példája. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* III. évf. 4. szám

VOIGT, C. – LAING, J. H. (2013): A Way Through the Maze: Exploring Differences and Overlaps Between Wellness and Medical Tourism Providers. In: Botteril, D. – Pennings, G. – Mainil, T. (eds.): *Medical Tourism and Transnational Health Care*. Palgrave Macmillan, Hampshire

BUDAPEST FŐVÁROS KORMÁNYHIVATALA: [https://www.kormanyhivatal.hu/download/f/2b/f6000/8\\_Gyogyhelyek\\_002.pdf](https://www.kormanyhivatal.hu/download/f/2b/f6000/8_Gyogyhelyek_002.pdf) (letöltve: 2021. 09. 24.)

ITTHON.HU: <http://egeszsegturizmus.itthon.hu/wellness/-/article/vilagraszolo-gyogyhelyek>

magyarorszagon-%E2%80%93-1-resz;jsessionid= 34B38FDCB77A92BB9C3267CDB76796FE (letöltve: 2016. 06. 04.)

74/1999. (XII. 25.) EÜM RENDELET

TÉRPORT. HU: <http://www.terport.hu/telepulesek/telepulestipusok> (letöltve: 2020. 06. 18.)

# A KULTURÁLIS PROGRAMKÍNÁLAT MEGÍTÉLÉSE A KULTÚRAFOGYASZTÁS TÜKRÉBEN- VIZSGÁLATOK DEBRECEN, GYŐR ÉS VESZPRÉM EGYETEMISTÁI KÖRÉBEN

*Kántor Szilvia*

*Pannon Egyetem, kantor.szilvia@gtk.uni.pannon.hu*

*DOI:10.15170/TVT.2021.06.03.05*

## **Absztrakt**

A kulturális örökség és a kulturális turizmus fogyasztásában a turisták mellett a helyi lakosok, valamint az egyetemi városok esetén az egyetemista közösség is fontos szereplőként azonosítható.

A kutatás feltárja, hogy miként vélekedik az egyetemista korosztály a városokban elérhető kulturális programkínálatról, illetve, hogy mennyire játszik fontos szerepet az ilyen jellegű szolgáltatások megléte a jövőbeli lakóhelyük megválasztásában. A vizsgálat a Debreceni Egyetemre, a Széchenyi István Egyetemre és a Pannon Egyetemre járó hallgatók körében történt online kérdőíves megkérdezéssel, melyre összesen 2066 értékelhető válasz érkezett. A kitöltők beszámoltak az egyetemi városukkal kapcsolatos véleményükről és a szabadidejükben végzett kulturális tevékenységekről.

Eredmények alapján a hallgatók többnyire pozitívan látják városukat és nagyra értékelik a kulturális programkínálat sokszínűségét. Emellett elmondható, hogy kapcsolat mutatható ki a szabadidős kulturális tevékenységek végzésének gyakorisága és a települési kulturális programkínálattal való elégedettség között.

*Kulcsszavak: kultúrafogyasztás, egyetemisták, lakóhelyválasztás*

## **Abstract**

Besides the tourists, the local community and the university students can also be identified as important actors regarding the consumption of cultural heritage and tourism.

The research reveals what university students think about the range of cultural programs available in their cities, and how important is the existence of such services in their future residence choices. The study was conducted using an online questionnaire among the students attending the University of Debrecen, Széchenyi István University and the University of Pannonia. The total evaluable responses were 2066. The respondents reported their opinions toward their university towns and their cultural activities in their free time.

Based on the results, students mostly have a positive view on their city and the diversity of cultural program offerings. Besides, it can be said that there is a relationship between the frequency of doing leisure cultural activities and the satisfaction with the offer of the available cultural programs.

*Keywords: culture consumption, university students, choice of residence*

## Bevezetés

A kulturális örökség és a kulturális turizmus keresleti oldalát tekintve a turisták mellett a helyi lakosság is kiemelt szereppel rendelkezik. Az egyetemi városok esetén pedig nem szabad figyelmen kívül hagyni az egyetemista közösség jelenlétét sem, hiszen ők tevékenységükkel számos városi szolgáltatás aktív fogyasztói között találhatóak meg.

A lakosság kulturális turisztikai érdeklődése a szakirodalmi kutatások alapján pozitívan hat a desztinációk életére, hiszen a helyiektől származó bevételek hozzájárulnak a vállalkozások sikerességéhez. Emellett, nem szabad figyelmen kívül hagyni azt sem, hogy a települések kulturális kínálata sok esetben a helyi közösség kulturális attitűdjét tükrözi. Másrészt, a kulturális örökségből való fogyasztás a lakosság életminőségét is növelheti.

Jelen kutatás középpontjában a Debreceni Egyetem, a Széchenyi István Egyetem és a Pannon Egyetem hallgatói állnak. A vizsgálat célja annak a feltárása, hogy miként vélekedik az egyetemista közösség a saját egyetemi városának kulturális életéről, illetve, hogy milyen hatást gyakorol az ezzel való elégedettség a kulturális szabadidős tevékenységek végzésére a felsőoktatásban tanuló diákság esetén. Az adatfelvétel online kérdőív segítségével történt 2019 novembere és 2020 novembere között. Összesen 2066 válasz érkezett.

Az eredmények alapján mindhárom város hallgatói elégedettek voltak a településük kulturális életével, de bizonyos területeken jövőbeli fejlesztések szükségességét is felismerték.

### 1. Szakirodalmi összefoglalás

A kutatás középpontjában három olyan település (Debrecen, Győr, Veszprém) áll, mely nagy hangsúlyt helyez a kulturális élet és attrakciók fejlesztésére. Ezek a városok a kulturális program- és szolgáltatáskínálatukat olyan eszközként azonosítják, mely kiváló lehetőséget biztosít a helyi lakosság életminőségének és kultúrafogyasztásának növelésére, a lakóhelyet keresők településre vonzására és megtartására, valamint a helykötődés és helyi identitás kialakítására.

A kulturális programok és szolgáltatások fejlesztése a rendezvények és attrakciók sokszínűségének köszönhetően nehezen választható szét a kulturális turizmus fejlesztésétől. Így a szakirodomelemzés keretein belül a témával kapcsolatban mindenképpen érdemes szót ejteni a kulturális (turisztikai) attrakciók fogyasztóiról és a hazai kultúrafogyasztás jellemzőiről, a helyi identitás és helykötődés kialakulásáról, valamint a fiatalok lakóhelyválasztási és az egyetemisták felsőoktatási intézményválasztási preferenciáiról.

#### 1.1. A kulturális attrakciók és a kultúra fogyasztása hazánkban- fókuszban a helyi közösségek

A kulturális turizmus a turizmus egy dinamikusan fejlődő ága (GÁSZNÉ BŐSZ 2020), de a kulturális jellegű attrakciók pontos lehatárolása és csoportosítása a kultúra sokszínűségének köszönhetően nehéz feladat. A különböző nevezetességek fókuszpontjai eltérőek, egyes látványosságok esetén a természeti elemek, míg másoknál a történelmi, nemzeti sajátosságok kerülnek jobban előtérbe (BONN et al. 2007). Azonban általánosságban igaznak mondható, hogy a kulturális attrakciók népszerűek a turisták (MOLINILLO – JAPUTRA 2017) és a helyi lakosok (FORMÁDI – HUNYADI 2019) körében. Fontos leszögezni, hogy bár a kultúra jelenléte sok esetben befolyásolja a látogatási kedvet, a turisták elsődleges motivációi között a tisztán kulturális indíttatás csak ritkán figyelhető meg (UNWTO 2018).

A turizmusban érintett rétegek körét nem kizárólag turisták alkotják. Napjainkban egyre hangsúlyosabb szerephez jutnak e téren a városok és a különböző desztinációk helyi lakosai (GOELDNER – RITCHIE 2012, MICHALKÓ 2010, PINKE-SZIVA 2019, SZABÓ – HOJCSKA 2020). Annak ellenére, hogy a szakirodalomban kisszámú kutatás foglalkozik a helyiek kérdésével,

az elmúlt években végzett vizsgálatok több esetben kimutatták, hogy a népszerű turisztikai térségekben állandó lakhellyel rendelkezők turisztikai költségei növelik az attrakciók sikeres működését (MIECZKOWSKI 1981, KOVÁCS 2018, STRACK 2019, UNWTO – IPSOS, 2019). Ezen felül a társadalmi felelősségvállalásnak köszönhetően a helyiek is profitálnak a szolgáltatók jelenlétéből (STRACK 2018). Emellett, a desztinációk kulturális sajátosságai sok esetben a helyiek ízlésére épülnek (RÁTZ – PUCZKÓ 2002), valamint a helyi rendezvények (pl. fesztiválok) a lakosság életminőségét növelhetik (FORMÁDI – HUNYADI 2019). Továbbá, KOVÁCS (2018) kutatási eredményei rávilágítottak, hogy a turizmushoz köthető infrastruktúrális elemeket (pl. konferenciaközpontok, szállodák) a helyi/ térségi közösség gyakran veszi igénybe családi ünnepek megrendezése esetén.

Az állandó lakhellyel rendelkezők fogyasztásai mellett érdemes górcső alá venni a településeken tartózkodási hellyel rendelkező egyéneket, hiszen ők is használják a turisztikai infrastruktúra különböző elemeit (pl. vendéglátás, rekreációs szolgáltatások stb.). Közülük kiemelt helyet foglalnak el az egyetemisták, akik lakóhelyválasztási és utazási döntéseivel, valamint jelenlétük gazdasági hatásaival számos kutatás foglalkozott a közelmúltban (ÁRVA – KÖNYVES 2010, SOKOŁOWICZ 2019, XIE – RITCHIE 2019).

Érdemes kiemelni, hogy a kulturális turizmus a szabadidő minőségi eltöltése mellett más módokon is hatást gyakorolhat a helyi közösségek életére, jólétére. Egyrészt munkahelyet biztosít (ISTÓK 2004), másrészt pedig a helyi hagyományok és értékek ápolásában és megővésében játszik szerepet (TÓTHNÉ KARDOS 2016). Mindezekon túl a helyiek igényeit figyelembe vevő fejlesztési törekvések a települések és desztinációk versenyképességét is meghatározhatják, melyek eredményeként nem csupán a közösségi terek újulhatnak meg, de a kulturális jellegű szolgáltatások számában növekedés következhet be. Ez elősegítheti az életkörülmények javulását, a települések vonzó lakóhelyként való megjelenését, valamint az objektív és szubjektív életminőség növekedését (RUDAN 2010, VONG 2013, RÁTZ 2014).

A kultúrafogyasztást egyébként számos tényező befolyásolja. A jövedelmi helyzet és a kulturális szolgáltatások árai mellett (KSH 2018), az életkor (PAVLUSKA – JAKOPÁNECZ – TÖRŐCSIK 2018, 2018), az iskolázottság (CSAPÓ et al. 2018), a vallás (PUSZTAI 2011) és a lakóhely (SZÉKELY – SZABÓ 2017) is képes rá hatást gyakorolni.

A témával kapcsolatos kutatások alapján elmondható, a 18-30 év közöttiek körében a populáris kultúra elemei örvendtek a legnagyobb népszerűségnek. Ilyenek például a könnyűzenei fesztiválok, a szórakozóhelyek rendezvényein való részvétel, vagy a zenehallgatás. A könnyen emészthető, populáris kultúra népszerűségét mutatja, hogy a felmérésekbe bevont fiatalok a művészeti ágak közül a pop, a rock, a modern tánc és az utcai művészet (street art) iránt mutatták a legnagyobb érdeklődést. A hagyományosan magas kulturális értékkel bíró műfajokat, mint például az operát, a balettet, a klasszikus zenét és a festészetet szinte teljes mértékben elutasították a válaszadók. A kutatási jelentések rámutattak, hogy a színház, a musical és az irodalom iránt sem lelkesedtek igazán a fiatalok (FANTA TRENDRIPORT 2008).

Ezzel összhangban FORMÁDI és szerzőtársai (2019) kutatásaik során kimutatták, hogy az Y generáció számára a könnyedebb kulturális értékek felfedezése, valamint a gasztronómiai jellegű élmények gyűjtése nagyobb hangsúlyt kap a szabadidős utazások alkalmával, mint az idősebb generációk esetén.

## 1.2. Helyi identitás és helykötődés

HIDALGO és HERNÁNDEZ (2001) szerint a helykötődés nem más, mint a helyek és az emberek közötti érzelmi kapcsolat, ami gyakran egy bizonyos hely iránti elköteleződés formájában jelenik meg a modern társadalmakban (MARIEN 2013). URBÁNNÉ TREUTZ (2017) munkája alapján a

helykötődés három lépcső mentén írható le a legjobban. Legtágabb értelmezésben „generikus helyfüggőségről” beszélhetünk, mely esetén nem a helyhez, hanem inkább annak bizonyos tulajdonságaihoz köthető a kötődés. Ennél szűkebb értelmezés esetén földrajzi helydependencia figyelhető meg, ahol már erősebb a kapcsolat a hely és az ember között. A legszűkebb felfogás a helykötődés vagy a helyi identitás, melyben erős egyéni jelentéstartalom mutatható ki, valamint az egyén és az adott helyszín közötti kapcsolat hosszabb múltra tekint vissza (DÜLL 2009, URBÁNNÉ TREUTZ 2017). Ettől eltérően LIVINGSTON, BAILEY és KEARNS (2008) szerint a fogalom könnyebb értelmezése érdekében érdemesebb az emocionális és a funkcionális helykötődést elkülöníteni. Az előbbi inkább az élményszerzésre, az utóbbi pedig az életstílusra utal.

SCANNELL és GIFFORD (2010) komplex módon közelített a helykötődés felé. Munkájukban három fő dimenzió különítenek el. Az első a személy, aki személyes tapasztalatai, vallási és történelmi érzései, valamint a különböző kulturális csoportokhoz való tartozás alapján alakítja ki a helyhez való kötődése nagyságát. A második dimenzió a hely, ami egyszerre szociális és fizikai tér, a maga természeti és építészeti környezetének minden sajátosságával. A harmadik dimenzió pedig a folyamat, ami összekapcsolja a személyt és a helyet. Ezt az érzelmek (boldogság, büszkeség, szeretet), a megismerés (emlékezet, ismeret, sémák, jelentés) és a viselkedés (közelség fenntartása, hely újjáépítése) ötvözésével képes elérni.

Az identitás-alapú megközelítések egyre hangsúlyosabban kerülnek előtérbe a városmarketinggel kapcsolatban (PISKÓTI 2016). EBERLE GAMBERG és GRAMBERG (2004) tanulmányukban öt elemet különböztetnek meg egymástól a városidentitással összefüggésben. Ezek a városkép, az életminőség, az értékek, a munkalehetőség és a bérek, valamint az anyagi erőforrások és terhek. EBERT (2004) szerint két elemre érdemesebb fókuszálni a témával kapcsolatban. Ezek a településről kialakult kép és összebenyomások, valamint maga az egyén és az ő hellyel kapcsolatban kialakított kötődései. Azt azonban le kell szögezni, hogy a városról kialakult képet jelentősen meghatározzák a benne élő egyének és az ő településsel kapcsolatos meglátásai (PISKÓTI 2016). KERR és OLIVER (2015) munkája is ezt erősíti, a szerzőpáros tanulmányában szintén a helyi lakosok és a helyről mutatott kép közötti erőteljes kapcsolatot hangsúlyozzák, rámutatnak, hogy az effajta belső tényezők mellett a külső hatások is befolyásolják a városokról élénk táruló képet és ezáltal a helykötődést.

A turizmus szintén képest hatást gyakorolni a helykötődés kialakulására. SZABÓ (2020) szerint a turistákban utazásaik során gyakran alakul ki egyfajta kötődés a meglátogatott desztinációk iránt, mely pozitívan befolyásolhatja az adott település vagy régió életét. Egyrészt, a helyi tradíciók megismerése által nagyobb felelősségtudat alakulhat ki a vendégekben a hagyományokat őrző lakosokkal szemben. Másrészt pedig a helyiekkel kapcsolatos szimpátia fenntartható viselkedésre ösztönözheti a vendégeket.

### 1.3. Fiatalok lakóhelyválasztási preferenciái

A magyar lakosság lakóhelyválasztási döntéseit több hazai kutatás vette górcső alá az elmúlt években. Ezek eredményei alapján elmondható, hogy a letelepedés szempontjából azok a települések tudnak versenyképesek maradni, ahol biztosítottak a társadalmi, gazdasági és környezeti infrastruktúra elemei, valamint a helyiek magas életszínvonala. A magyarok azokra a helyekre költöznek szívesen, ahol megfelelő a közbiztonság, az infrastruktúra, a lakóközösség állapota, valamint az egészségügyi szolgáltatások színvonala. Ezzel szemben a zsúfolt, szennyezett és egészségtelen lakóközösséget és az ellenséges lakóközösségeket kifejezetten kerülnek a letelepedni vágyók (KOLTAI – GALAMBOSNÉ TISZBERGER 2014, KOLTAI 2014, FEKETE-BERZSENYI 2018).

A kutatás középpontjában álló egyetemista korosztály lakóhelyválasztási döntéseivel több tanulmány foglalkozott a közelmúltban. FRENKEL, BENDIT és KAPLAN 2013-as kutatásai

szerint az egyetemet frissen befejezett hallgatók több szempontot vesznek figyelembe lakóhelyük megválasztása során. A települések gazdasági és társadalmi helyzete kiemelkedő jelentőséggel bír, de a lakhatási körülmények és annak költségei is meghatározóak. Döntéseik meghozatalánál a fentiekén kívül figyelembe veszik még a munkahelyükre történő bejárással kapcsolatos költségeket és időt, valamint a településeken elérhető kulturális program- és szolgáltatáskínálat mennyiségét és minőségét. A kulturális és szabadidős rendezvények és események szerepének fontosságát SOKOŁOWICZ (2019) kutatásai szintén megerősítették.

Általánosságban elmondható, hogy azok a települések, melyek sokszínű kulturális élettel rendelkeznek, kedvelt célpontot jelentenek a magasabb végzettséggel rendelkező, kreatív és innovatív emberek számára. A kulturális életbe sokat fektető települések tehát képesek magukhoz vonzani és megtartani a jól kvalifikált munkavállalókat (LANDRY – WOOD, 2003 in PÁLFI, 2019).

2019-ben KOVÁCS és GÖRÖG a Szegedi Tudományegyetemen végeztek vizsgálatokat azzal kapcsolatban, hogy az alapszakos hallgatók milyen szempontokat vesznek figyelembe, amikor mesterképzésük „otthonául” szolgáló települést választanak. A végzés közelében és a frissen végzett hallgatók körében a legfontosabb tényezők a bérek, az életszínvonal, a lakókörnyezet, valamint a szabadidős szórakozási és pihenési lehetőségek voltak.

A hallgatóknak kívánatosak a vonzó és élhető települések (KURÁTH – SIPOS 2019), melyek kiemelkedő szórakozási és kikapcsolódási lehetőségeket kínálnak számukra (CSUKA – BANÁSZ 2014). Fontos leszögezni, hogy a diákok felsőoktatási intézmény választási döntéseik során először szakot, majd egyetemet választanak, csak ezután kerül sorra a városról való döntés. Így az intézmények presztízse és a kínált szakok mennyisége és minőségi szintén fontos szempont a hallgatók számára (KOSZTYÁN et al. 2019).

## **2. Módszertan**

Jelen kutatás célja annak a feltárása, hogy hogyan befolyásolja az egyetemista közösséget a kulturális programkínálat a szabadidős tevékenységek megválasztásában és az egyetemi városukkal való megelégedettségében. A vizsgálat középpontjában a Debreceni Egyetem, a Széchenyi István Egyetem és a Pannon Egyetem hallgatói álltak.

A kutatás kezdetén felállított kutatási kérdések a következők voltak:

- K1: Milyenek látják egyetemi városukat (Debrecen, Győr, Veszprém) a hallgatók?
- K2: Mennyire fontosak a kulturális szabadidős tevékenységek a lakóhely megválasztási döntéseikben?
- K3: Melyek azok a területek, amelyeknél fejlesztések eszközölését látják szükségesnek a hallgatók?
- K4: Milyen típusú szabadidős tevékenységet végeznek a hallgatók a leggyakrabban?
- K5: Milyen kapcsolat figyelhető meg a városokban elérhető kulturális programkínálattal elégedett hallgatók és a különböző kulturális szabadidős tevékenységek végzése között?

Az irodalmi áttekintés és a kutatási kérdések alapján az alábbi hipotézisek kerültek megfogalmazásra:

- H1: A kutatásba bevont egyetemisták számára fontos, hogy lakóhelyük a jó társadalmi (pl. település közösségi élete) és gazdasági (pl. munkalehetőségek, infrastruktúra, lakhatási és

megélhetési költségek) adottságok mellett kulturális szolgáltatásokat és programokat is kínáljon számukra.

- H2: A felmérésben részt vevő hallgatók leginkább a populáris kultúra iránt érdeklődnek.
- H3: A kulturális fogyasztásban aktívabb hallgatók elégedettebbek a városuk kulturális életével.

A kutatás kvantitatív jellegű, az adatfelvétel online kérdőíves megkérdezés segítségével történt a három egyetemi város (Debrecen, Győr, Veszprém) hallgatóinak körében 2019 novembere és 2020 novembere között. A kérdőív tesztelése a Pannon Egyetemre járó felsőoktatási szak-, alap-, mester-, illetve PhD képzésre járó hallgatók bevonásával történt 2019 novemberében. A véglegesített elektronikus kérdőív a közösségi média olyan csoportjaiban került megosztásra, melynek tagjai a kutatás célcsoportját képező egyetemisták voltak. Az adatfelvétel véletlen mintavétel keretein belül történt. A kérdőív használata lehetővé tette az adatok sztenderdizált formában való begyűjtését (MITEV 2019).

A kérdőív hat főbb blokkból állt, melyből jelen kutatáshoz három kérdéscsoport került felhasználásra (demográfia, szabadidős tevékenységek, települési sajátosságok értékelése). Összesen 2066 darab értékelhető válasz érkezett, melyből 1139-et a Debreceni Egyetem, 626-ot a Széchenyi István Egyetem és 301-et a Pannon Egyetem hallgatói küldtek be. A beérkezett kitöltésekkel kapcsolatban elmondható, hogy a hallgatói szám tekintetében reprezentatív a kutatás, hiszen mindhárom intézmény esetén az összhallgatói létszám 5%-a válaszolta meg a kérdéseket.

A válaszok begyűjtése a Limesurvey kérdőívszerkesztő szoftver, az eredmények kiértékelése és a statisztikai elemzések pedig az SPSS Version 25 és az Excel programcsomagok segítségével történtek.

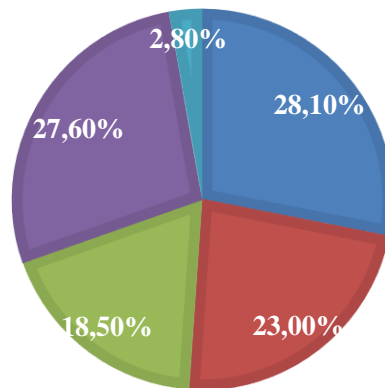
### 3. A kutatás eredményei

Elsőként a kitöltők demográfia és képzési adatai kerülnek bemutatásra. A kitöltő hallgatók 71,4%-a nő, 28,6%-a férfi volt. Az életkoruk 18 és 57 év között mozgott, melynek oka, hogy levelezős hallgatók is képviseltették magukat a mintában. Az átlagéletkor 23,02 év, az életkorok mediánja 21, módusza pedig 20 év volt.

Az állandó lakóhely szerinti megoszlás az 1. ábrán látható.

#### 8. ábra. A kitöltők állandó lakóhely szerinti megoszlása

■ falu ■ kisváros ■ középváros ■ nagyváros ■ metropolisz



*Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján*

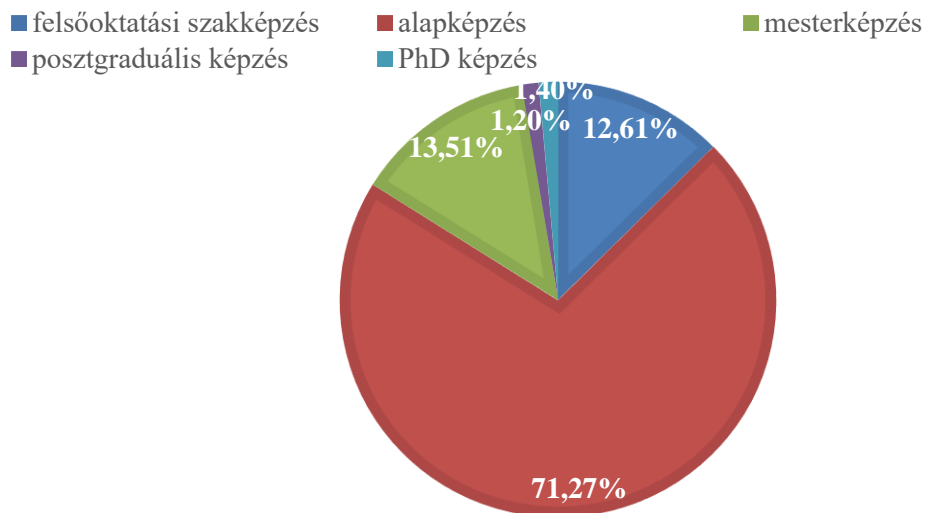
A válaszadók többsége faluban (5000 főnél kisebb település) és nagyvárosban (100 ezer és 1 millió fő közötti település) élt, de jelentős még a kisvárosokban (5 és 20 ezer fő), valamint a középvárosokban (20 és 100 ezer) lakók aránya. Legkisebb százalékban a metropoliszok (1 millió főnél nagyobb) lakosai voltak megtalálhatóak a mintában.

A kitöltő hallgatók többsége a tanulmányai alatt kollégiumban (31,5%), vagy szülőkkel közösen a családi otthonban (30,7%) lakott, rajtuk kívül albérletben (21,8%) és saját ingatlanjukban (14,5%) éltek még a hallgatók. 1,5%-uk jelölte ennél a kérdésnél az egyéb opciót.

A képzési adatokkal kapcsolatban elmondható, hogy a kitöltők legnagyobb része a Debreceni Egyetemről (55,1%) érkezett, ezt követte a Széchenyi István Egyetem (30,3%) és a Pannon Egyetem (14,6%).

A képzési szint szerinti megoszlás a 2. ábrán látható.

**9. ábra. A hallgatók képzési szint szerinti megoszlása**



*Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján*

Ahogy a 2. ábra mutatja a válaszadók jelentős többsége alapképzésre járt, ezt követte a mesterképzés, a felsőoktatási szakképzés, a PhD képzés, valamint a posztgraduális képzés. A képzési forma tekintetében elmondható, hogy a kitöltők 81,9%-a nappali, 18,9%-a pedig levelező tagozatos volt.

A demográfia és a képzési adatok után a hallgatók arról is beszámoltak, hogy milyenek látják a várost, ahol tanulmányaikat folytatják. Ennek vizsgálatára azt kértem a hallgatóktól, hogy egy 10 elemből álló listát értékeljenek aszerint, hogy mennyire tartják azt igaznak az egyetemi városuk esetén. Az értékelést egy 1-5-ig tartó skálán tehették meg, ahol az 1= teljes mértékben egyetértek, és 5= egyáltalán nem értek egyet.

A lista az alábbi jellemzőkből állt: modern, csendes, tiszta, „zöld”, biztonságos, vendégszerető, kulturálisan pezsgő, turisztikai célpont, ipari központ, folyamatosan fejlődő.

A hallgatók által a különböző jellemzőkre adott értékelések városonként (átlag, módusz) az 1. táblázatban kerültek összefoglalásra. Mivel a skála fordított (1= teljes mértékben egyetértek, 5= egyáltalán nem érték egyet), így minél alacsonyabbak a táblázatban szereplő értékek, annál igazabbnak gondolják azt a hallgatók saját egyetemi városukra nézve.

**2. táblázat. A városi jellemzőkre adott értékelések**

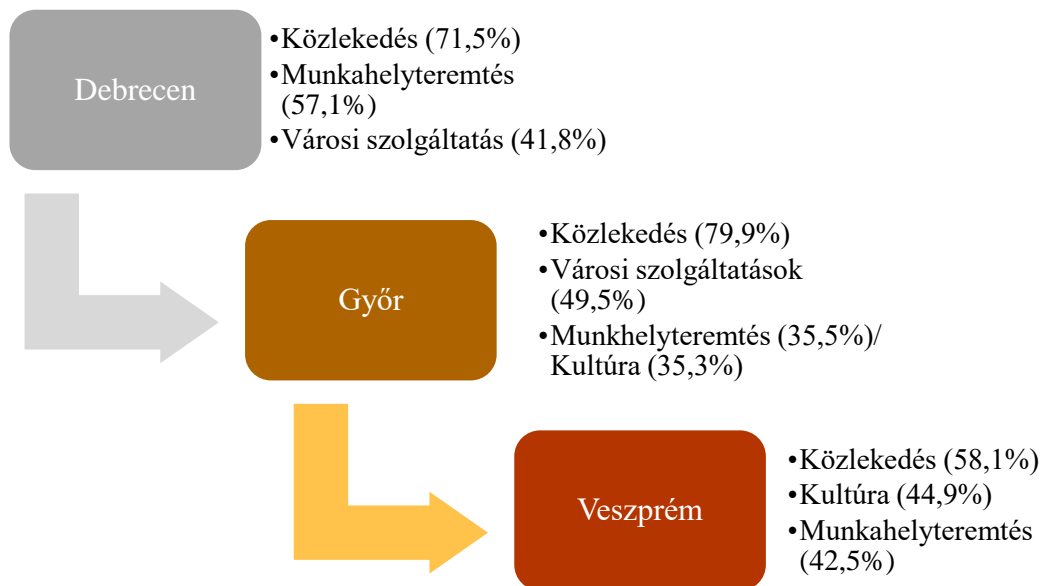
	Debrecen		Győr		Veszprém	
	átlag	módusz	átlag	módusz	átlag	módusz
modern	2,79	2	2,40	2	3,09	3
csendes	3,077	4	3,05	3	2,48	2
tiszta	2,526	2	2,25	2	2,2	2
„zöld”	2,58	2	2,50	2	2,42	2
biztonságos	2,252	2	2,27	2	2,05	2
vendégszerető	2,241	2	2,02	2	1,96	2
kulturálisan pezsgő	2,221	2	1,91	1	2,26	2
turisztikai célpont	2,391	2	2,09	2	2,22	2
ipari központ	3,145	3	2,13	1	3,36	4
folyamatosan fejlődő	2,054	2	1,62	1	2,15	2

*Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján*

Ahogy a táblázatból kiolvasható csekély különbségek figyelhetőek meg a hallgatók véleményében a városokról kialakult kép tekintetében. A kitöltők válaszai alapján Debrecen kulturálisan pezsgő, turisztikai célpont és egy folyamatosan fejlődő település. Ehhez hasonlóan Győr tiszta, biztonságos, vendégszerető, kulturálisan pezsgő, érdekes turisztikai célpont, ipari központ és egy folyamatosan fejlődő város. Veszprémet már kicsit másképp látták a hallgatók, szerintük a város folyamatosan fejlődő, tiszta, biztonságos, vendégszerető, kulturálisan pezsgő és kedvelt turisztikai célpont.

A hallgatók arról is számot adtak, hogy véleményük szerint milyen típusú fejlesztéseket lenne érdemes eszközölni az egyetemi városukban. Ezzel kapcsolatban egy nyolc elemű listából kellett kiválasztaniuk azt a három fejlesztési irányt, melyet szükségesnek tartanak a települések jobbá tétele érdekében. Ez a 3. ábrán került összefoglalásra.

### 10. ábra. Hallgatók által meghatározott fejlesztési irányok



*Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján*

Ahogy a 3. ábra mutatja, a hallgatók véleményében kevés eltérés figyelhető meg, a fejlesztési irányok egybecsengenek.

Ezt követően a kitöltők egy 1-5 tartó skálán (ahol az 1= egyáltalán nem fontos, és 5= nagyon fontos) értékelték az általam felsorolt tényezőket és azok fontosságát lakóhelyválasztási döntéseik meghozatalakor (2. táblázat).

**3. táblázat. A lakóhelyválasztást befolyásoló tényezők fontosságának átlaga**

<b>Tényező</b>	<b>Átlag</b>
munkalehetőségek	4,67
lakhatási és megélhetési költségek	4,66
közbiztonság	4,43
egészségügyi szolgáltatások	4,43
település megközelíthetősége	4,40
infrastruktúra	4,33
pihenési, feltöltődési lehetőségek	3,86
vásárlási lehetőségek	3,86
helyi tömegközlekedés	3,72
<i>kulturális szolgáltatások</i>	3,62
parkolási lehetőségek	3,60
szórakozási lehetőségek	3,56
városi szolgáltatások	3,43
<i>kulturális rendezvények</i>	3,34
település közösségi élete	3,17
kerékpározási lehetőségek	2,94
városi szabadidős programok	2,89
művészeti közösségek	2,63

*Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján*

A táblázatban szereplő eredmények alapján elmondható, hogy a hallgatók számára a legfontosabbak a munkalehetőségek (4,67), a lakhatási és megélhetési költségek (4,66), a közbiztonság (4,43), az egészségügyi szolgáltatások (4,43) és a település megközelíthetősége (4,4) voltak, de a közepesnél (3) magasabbra értékelték a kulturális szolgáltatások (3,62) és rendezvények (3,34) meglétét is.

A hallgatók az általuk végzett szabadidős tevékenységekről is számot adtak. Ehhez a kitöltőknek egy 16 elemű, kulturális jellegű szabadidős tevékenységeket tartalmazó lista esetén kellett kiválasztaniuk, hogy milyen gyakran (soha; ritkábban, mint évente; évente néhányszor; havonta néhányszor; hetente néhányszor; naponta) végzik az adott tevékenységeket.

Az eredmények szerint a hallgatók leggyakrabban az alábbiakkal töltik szabadidejüket:

- újságolvasás;
- rádióhallgatás, tévézés;
- könyvolvasás.

A legritkábban pedig az alábbiakkal foglalkoztak:

- hangversenyen való részvétel;
- művészeti kiállítások és múzeumok látogatása;
- művészmozi vetítésen való részvétel.

Intézményenként szinte egyáltalán nem volt különbség a kitöltők szokásai között, de elmondható, hogy Debrecen válaszadói többször ülnek le a tv és rádió elé, a Veszprém diákságát képviselő kitöltők pedig a művészeti tevékenységek végzése terén aktívabb.

A kulturális étellel való elégedettség és a végzett kulturális szabadidős tevékenységek közötti kapcsolatot a Kendall-féle tau ( $\tau$ ) használatával vizsgáltam. A kulturális étellel való elégedettséget a „Mennyire tartja kulturálisan pezsgőnek az egyetemi települését?” kérdéssel mértem, mely esetében egy 1-5-ig tartó skálán tehették meg, ahol az 1= teljes mértékben egyetértek, és 5= egyáltalán nem értek egyet.

A Kendall-féle tau ( $\tau$ ) alkalmazásának oka, hogy mindkét változó numerikus és sorrendi, valamint, hogy az adatok nagy számban tartalmaznak azonos rangszámokat (MALHOTRA – SIMON 2017). A mérőszám a Pearson-féle korrelációs együtthatóhoz hasonlóan értelmezhető. Ha a tau ( $\tau$ ) értéke 0 alatti nincs, ha 0,2 alatti gyenge, ha 0,2-0,7 közötti közepesen erős, ha 0,7 feletti akkor pedig erős kapcsolat feltételezhető (SAJTOS – MITEV 2007). A rangkorrelációs vizsgálat eredményeként kapott  $\tau$  értékek a 3. táblázatban kerültek bemutatásra.

**4. táblázat: A rangkorrelációs vizsgálat eredménye (Kendall-féle tau ( $\tau$ ) értékek)**

<i>Szabadidős tevékenységek végzése/ kulturális étellel való elégedettség</i>	<b>Mennyire tartja kulturálisan pezsgőnek a települést?</b>
könyvtárba járás	-
színházi előadás megtekintése	-0,039
multiplex mozi látogatás (pl. Cinema City)	-
művészmozi látogatás	-
hangversenyen való részvétel	-
könnyűzenei koncert meghallgatása	-0,039
kulturális rendezvény (pl. gasztronómiai vagy művészeti fesztivál) meglátogatása	-0,039
művészeti kiállítás vagy múzeum meglátogatása	-
rádióhallgatás, tévézés	-0,044
könyvolvasás	-
újságolvasás (online vagy offline)	-
művészeti tevékenység végzése (pl. tánc, zenélés, festészet, fotózás)	-
szórakozóhely, kocsmá látogatása	-
étterem, kávézó szolgáltatásainak igénybe vétele	-
vásárolgatás	-
sportrendezvényeken való részvétel (nézőként)	-0,069

*Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján*

Ahogy a táblázatból kiolvasható 5 esetben figyelhető meg szignifikáns kapcsolat a tényezők között (a kihúzott négyzetek a nem szignifikáns kapcsolatokat jelölik). A szignifikáns eredmények

mindegyike gyenge kapcsolatot feltételez ( $\tau < 0,2$ ). A vizsgálat alapján elmondható, hogy azok a hallgatók, akik kulturálisan pezsgőbbnek tartják egyetemi városukat gyakrabban járnak színházba, könnyűzenei koncertekre, kulturális rendezvényekre, valamint sportrendezvényekre, illetve többször ülnek le a rádió és televízió elé.

#### 4. Összegzés

Jelen kutatás célja annak a bemutatása volt, hogy miként vélekedik az egyetemista közösség Debrecen, Győr és Veszprém kulturális programkínálatáról és a városi kulturális szolgáltatások színvonaláról. Emellett górcső alá került, hogy melyek azok a kulturális tevékenységek, amiket a hallgatók gyakran végeznek szabadidejükben, illetve, hogy mennyire befolyásolja ezt a kulturális programkínálattal való elégedettségük.

A kutatás kezdetén felállított első hipotézis, mely szerint a kutatásba bevont egyetemisták számára fontos, hogy lakóhelyük a jó társadalmi (pl. település közösségi élete, közbiztonsága) és gazdasági (pl. munkalehetőségek, infrastruktúra, lakhatási és megélhetési költségek) adottságok mellett kulturális szolgáltatásokat és programokat is kínáljon számukra csak részben nyert igazolást. A kérdőíves felmérés eredményei alapján a vizsgálatban részt vevő hallgatók számára leginkább a gazdasági tényezők a fontosak (pl. munkalehetőségek, lakhatási és megélhetési költségek), ezt követik a közbiztonság, az egészségügy és a megközelíthetőség. A társadalmi szempontok (pl. közösségi élet, művészeti közösség) azonban háttérbe szorulnak a lakóhelyválasztás során. Ezzel szemben a kulturális szolgáltatások és programok fontosságát közepesre értékelték a kitöltők. A városokban szükséges fejlesztéseket szinten a fentiekkel kapcsolatban azonosították (pl. közlekedés, munkahelyteremtés, kultúra).

A második hipotézis, melyben azt állítom, hogy a felmérésben részt vevő hallgatók leginkább a populáris kultúra iránt érdeklődnek bizonyítást nyert. A kitöltők a „kevesebb erőfeszítést” igénylő tevékenységeket (újságolvasás, rádióhallgatás, tévézés, könyvolvasás) részesítik előnyben a magaskultúra elemeivel szemben (pl. hangversenyek, kiállítások, múzeumok, művészmozik).

A harmadik hipotézis, mely szerint a kulturális fogyasztásban aktívabb hallgatók elégedettebbek a városuk kulturális életével igazolást nyert, hiszen azok a hallgatók, akik gyakrabban végeznek kultúrára épülő szabadidős tevékenységet városuk kulturális életével is elégedettebbnek mutatkoznak.

Az eredmények alapján elmondható továbbá, hogy az egyetemisták alapvetően pozitívan tekintenek saját egyetemi városukra. Mindhárom települést a turizmusban kiemelkedő, pezsgő kulturális élettel rendelkező, folyamatosan fejlődő városként jellemezték a kitöltők.

Összeségében elmondható, hogy a megkérdezett egyetemisták számára a kulturális programkínálat megléte fontos szerepet játszik abban, hogy hova költöznek a jövőben, illetve abban, hogy milyen gyakran fogyasztják a kultúra különböző elemeit. Ezek a tényezők tehát nagymértékben meghatározzák a település iránt érzett kötődés és identitás mértékét is.

#### Irodalomjegyzék

ÁRVA, L. – KÖNYVES, E. (2010): Educational Tourism and Its Effects on Regional Economy and Destination Management. In: *Constructing Central Europe: Tourism Competitiveness. Pannon University Conference Papers*, Veszprém, pp. 283-299.

BONN, M. A. – JOSEPH-MATHEWS, S. M. – DAI, M. – HAYES, S. – CAVE, J. (2007): Heritage/Cultural Attraction Atmospherics: Creating the Right Environment for the Heritage/Cultural Visitor. *Journal of Travel Research* 45(3), pp. 345–354.

CSAPÓ, J. – GERDESICS, V. – GONDA, T. – RAFFAY, Z. – TÖRŐCSIK, M. (2018): Turizmus. *A magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal*. Kézirat. [Számítógép-fájl]. EFOP-3.6.1-16-2016-00004, Pécs, PTE KTK

CSUKA, GY. – BANÁSZ, ZS. (2014): Lehetőségek és döntések – a felsőoktatási intézményválasztási szempontok változása, *Educatio*, 2014/4., pp. 616-631.

DÚLL, A. (2009). *A környezetpszichológia alapkérdései. Helyek, tárgyak, viselkedés*. L'Harmattan, Budapest

EBERLE GRAMBERG, G. – GRAMBERG, J. (2004): Stadtidentität. In HILBER, M. L., – ERGEZ, A. (eds.), *Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing*

EBERT, C. (2004): Identitätsorientiertes Stadtmarketing: Ein Beitrag zur Koordination und Steuerung des Stadtmarketing, *Schriften zu Marketing und Management*, No. 50, Peter Lang International Academic Publishers, Berlin

FANTA TRENDRIPORT 2008 (kutatásvezető: Ságvári Bence) Elérhető: [http://www.brandtrend.hu/musor/FantaTrendriport\\_6.pdf](http://www.brandtrend.hu/musor/FantaTrendriport_6.pdf) (letöltve: 2019.02.16.)

FEKETE-BERZSENYI, H. (2019): Versenyképesség a Balaton Régió településein – a települési tényezők lakossági megítélése. *Comitatus: Önkormányzati Szemle* 232, pp. 82-94.

FORMÁDI, K. - HUNYADI, ZS. (2019): Helyi büszkeség vagy bosszúság?! A fesztiválok hatása a települések életében. *PROSPERITAS* V.I. Paper: No 4. pp. 95-111. DOI: 10.31570/Prosp\_2019\_04\_6

FORMÁDI, K. – PETYKÓ, CS. – SZALÓK, CS. – JUSZTIN, M. – HOLCZERNÉ SZENTIRMAI, Á. (2019): Motivált utazók, inspiráció és élménykeresők - avagy az Y generáció utazási szokásainak elemzése. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, IV. évf. IV. szám. pp. 11-22. DOI: 10.15170/TVT.2019.04.04.02

FRENKEL, A. – BENDIT, E., – KAPLAN, S. (2013): Residential location choice of knowledge-workers: The role of amenities, workplace and lifestyle. *Cities*, 35, pp. 33-41.

GÁSZNÉ BÓSZ, B. (2020): Dél-Dunántúl, a kulturális turisztikai régió? *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, V. évf. III. szám, pp. 74-90. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.03.05

GOELDNER, C. R. – RITCHIE, J. R. B. (2012): *Tourism- Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley and Sons, Inc., New Jersey

HIDALGO, M. C., – HERNÁNDEZ, B. (2001). Place attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology* 21, pp. 273-281.

ISTÓK, CS. (2004): A fenntartható turizmus megvalósítása, megőrzése és fejlesztése Hajdúszoboszlón. *Turizmus Bulletin* VII. évfolyam, 3. szám, pp. 25-32.

KERR, G. – OLIVER, J. (2015). Rethinking place identities. In KAVARATZIS, M., WARNABY G., & ASHWORTH, G. J. (Eds.) (2015), *Rethinking place branding*. Zürich, Switzerland: Springer. pp. 66-70.

KOLTAI, Z. – GALAMBOSNÉ TISZBERGER, M. (2014): Nagyvárosok helyzeti előnyben- Piackutatás a magyar települések sikerességéről. *Tér – gazdaság – ember*, 2:1, pp. 25-40.

KOLTAI, Z. (2014): Dél-dunántúli települések egy országos piackutatás tükrében. *Deturope* 6:3, pp. 54-68.

- KOSZTYÁN, ZS. T. - BANÁZS, ZS. – CSÁNYI, V. V. – NEUMANNÉ VIRÁG, I. – TELCS, A. (2019): A hallgatói mobilitás vizsgálata gazdasághálózati módszerekkel. *Statisztikai Szemle*, 97:11, pp. 1007-1049.
- KOVÁCS, A. (2018): Helyi vagyok – vagy turista? avagy a helyi lakosság, mint potenciális turisztikai célcsoport. In CSAPO, J.- GERDESICS, V.- TÖRŐCSIK, M. (eds.): *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet*, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs, pp. 260-267
- KOVÁCS, P. – GÖRÖG, V. (2019): Egyetemek hallgatói megtartóképessége. *Köz-Gazdaság*, 2019/1, pp. 24-29.
- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (KSH) (2018): *Magyarország, 2017*. Elérhető: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mo/mo2017.pdf> (letöltve: 2019.01.25.)
- KURÁTH, G. – SIPOS, N. (2019b): Felsőoktatási jelentkezések- új hallgatók, új módszerek? *Magyar Tudomány*. 180:8, pp. 1166-1174.
- LIVINGSTON, M. – BAILEY, N. - KEARNS, A. (2008): *People's attachment to place - The influence of neighbourhood deprivation*. Glasgow University, Glasgow
- MALHOTRA, N. K. – SIMON, J. (2017): *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- MARIEN, A. (2013): A helykötődés és a migrációs szándék kapcsolata globalizálódó világunkban. In: KARLOVITZ, J. T. (szerk.) *Ekonomické štúdie - teória a prax: Gazdasági tanulmányok - elmélet és gyakorlat*. 566 p. Konferencia helye, ideje: Komárno, Szlovákia, 2013.01.22-2013.01.23. Komárno: International Research Institute, pp. 431-438.
- MICHALKÓ, G. (2010): *Boldogító utazása turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai*. Második, javított kiadás. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest
- MIECZKOWSKI, Z. T. (1981): Some Notes On The Geography Of Tourism: A Comment. *The Canadian Geographer / Le Géographe Canadien* 25(2), pp. 186–191.
- MITEV, A. Z. (2019): *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- MOLINILLO, S. – JAPUTRA, A. (2017): Factors influencing domestic tourist attendance at cultural attractions in Andalusia, Spain. *Journal of Destination Marketing & Management* 6(4), pp. 456-464. DOI: 10.1016/j.jdmm.2016.09.011
- PAVLUSKA, V. – JAKOPÁNECZ, E. – TÖRŐCSIK, M. (2018): *Kultúra. A magyar lakosság kultúrával kapcsolatos beállítódása és követett magatartása generációs szemléletű vizsgálattal*. Kézirat. EFOP-3.6.1-16-2016-00004, PTE KTK, Pécs
- PÁLFI, N. (2019): A kulturális és a társadalmi tőke mint versenyképességi tényező a szakirodalom tükrében. In Csath M. (szerk.): *A versenyképesség-mérés változásai és új irányai*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, pp. 137- 164.
- PINKE-SZIVA, I. (2019): Városi turizmus: élménysűrítés a „civilizáció legszofisztikáltabb kulturális termékei” között. In: IRIMIÁS, A. – JÁSZBERÉNYI, M. – MICHALKÓ, G (eds.) *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 19-30.
- PISKÓTI, I. (2016): *Régió- és településmarketing*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- PUSZTAI, G. (2011): *A láthatatlan kéztől a baráti kezekig: Hallgatói értelmező közösségek a felsőoktatásban*. Budapest: Új Mandátum, Budapest

RÁTZ, T. – PUCZKÓ, L. (2002): Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában avagy kulturális utak a turizmusban. *Turizmus Bulletin*, VI. évfolyam 3. szám, pp. 3-11.

RÁTZ, T. (2014): Az EKF-turizmus mint lehetséges niche termék: A kulturális turizmus egy különleges területének vizsgálata. *Turizmus bulletin*, XVI. évfolyam 2. szám, pp. 24-33.

RUDAN, E. (2010): The development of cultural tourism in small historical towns. *Tourism & Hospitality Management* 10, pp. 577-586.

SAJTOS, L. – MITEV, A. (2007): *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó, Budapest

SCANNELL, L. – GIFFORD, R. (2010): Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology* 30. pp. 1-10.

SOKOŁOWICZ, M. E. (2019): Student cities or cities of graduates? The case of Lodz and its students declared preferences. *Population, Space and Place* 25(2), e2177. DOI: 10.1002/psp.2177

STRACK, F. (2018): Consuming or overconsuming? Sustainability in Hungarian medical hotels. *International Journal of Spa and Wellness* 1(1), pp. 1–19. doi:10.1080/24721735.2018.1445428

STRACK, F. (2019): Certified Spas – Spa towns and the others. In HOJCSKA, Á. E. (szerk.) *Changing Spa Towns :2nd Science Papers of the Spa Towns*. Magyar Fürdővárosok Szövetsége Egyesület, Tata, pp. 47-70.

SZABÓ, S. (2020): A fenntartható turizmus és a helykötődés kapcsolatának vizsgálata a Busójárás kontextusában. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, V. évf. II. szám, pp. 78-91. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.02.06

SZABÓ, Z. – HOJCSKA, Á. E. (2020): Rekreációs turisztikai fürdőszolgáltatások és azok igénybevételének összefüggés-vizsgálata egy SPA-szolgáltatónál. *Recreation: A Közép-Kelet-Európai Rekreációs Társaság Tudományos Magazinja* 10. évf. 1. sz., pp. 36-39. DOI: 10.21486/recreation.2020.10.1.4

SZÉKELY, L. – SZABÓ, A. (2017): *Magyar ifjúság kutatás 2016: az ifjúságkutatás első eredményei*. Új Nemzedék Központ, Elérhető: [http://www.ujnemzedek.hu/sites/default/files/magyar\\_ifjusag\\_2016\\_a4\\_web.pdf](http://www.ujnemzedek.hu/sites/default/files/magyar_ifjusag_2016_a4_web.pdf) (letöltve: 2019.01.22.)

TÓTHNÉ KARDOS, K. (2016): A győri turizmus elemzése a lakosság véleményének figyelembevételével. *Polgári Szemle*, 12. évfolyam, 4-6. szám.

UNWTO – IPSOS (2019): *Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures*. Elérhető: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/finalfullreporteng.pdf> (letöltve: 2020.02.04.)

UNWTO (2018): *Definitions Committee on Tourism and Competitiveness (CTC)*. Elérhető: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ctcdefinitionsenweb.pdf> (letöltve: 2018.07.21.)

URBÁNNÉ TREUTZ, Á. (2017): A helykötődés és a helyidentitás elméleti, településmarketing szempontú megközelítése. In: TORGYIK, J. (eds.): *Válogatott tanulmányok a társadalomtudományok köréből*. International Research Institute sro, Komárno, pp. 137-148.

VONG, F. (2013): Relationships among perception of heritage management, satisfaction and destination cultural image. *Journal of Tourism and Cultural Change* 11:4, pp. 287-301. DOI: 10.1080/14766825.2013.852564

XIE, L., – RITCHIE, B. W. (2019): The motivation, constraint, behavior relationship: A holistic approach for understanding international student leisure travelers. *Journal of Vacation Marketing* 25(1), pp. 111-129. DOI: 10.1177/1356766717750421

## A HELYI ÉRTÉKEK IDENTITÁSERŐSÍTŐ ÉS KÖZÖSSÉGÉPÍTŐ SZEREPE A VAJDASÁGI TISZA MENTÉN

*Kormányos Katona Gyöngyi*

*Nemzetstratégiai Kutatóintézet; e-mail: procultura.zenta@gmail.com*

*DOI: 10.15170/TVT.2021.06.03.06.*

### **Absztrakt**

A 21. században a határon túli magyar közösség egyik legnagyobb kihívása, hogy megtalálja azokat az értékeket, amelyek által erősödhet és megmaradhat kisebbségi létben önszerveződés útján is. Napjainkban a vajdasági magyarság identitásának megőrzése szempontjából fontos célkitűzés anyanyelvű oktatásának, nyelvének, kultúrájának megőrzése a jelentős népességfogyás ellenére is. Számos civil szervezet, művelődési intézmény tevékenykedik, amely az anyanyelvi kultúra megtartását tűzte ki célul, s feladatként vállalta a kulturális identitás megőrzését.

A tanulmány általánosságban kitér a vajdasági Tisza mente, ezen belül is egy kisváros lokális és kulturális örökségének elemeire, a művelődési intézmények közösségépítő és helyi identitástudatot formáló tevékenységére. Áttekinti, hogyan szolgálja egy cselekvő közösség megmaradását és identitásának erősítését a vidéki, hagyományos örökség, a helyi értékek, a kulturális, az épített és a szellemi örökségek, valamint miként segítik ezek a közösségi életet.

*Kulcsszavak: lokális identitás, nemzeti-kulturális identitás, vidéki örökség, helyi érték, települési értéktár*

### **Abstract**

In the 21<sup>st</sup> century, one of the biggest challenges for the Hungarian community across the border is to find the values by which it can be strengthened and remain a minority through self-organization. Nowadays, the preservation of the mother tongue education, language and culture is an important goal for the preservation of the identity of the Hungarians of Vojvodina, despite the significant population decline. There are a number of non-governmental organizations and cultural institutions that aim to maintain their native language culture and have undertaken the task of preserving their cultural identity.

"The study covers in general the elements of local and cultural heritage of the area along the river Tisza, including those of a small town called Senta, as well as the community-building activities of cultural institutions, which shape and strengthen the local identity. The study reviews how rural, traditional heritage; local values; cultural, built and intellectual heritage, and the community life associated with them serve the survival of an active community and reinforce its identity."

*Keywords: local identity, national-cultural identity, rural heritage, local value, local collection of values*

## Bevezetés

A 21. században a határon túli magyar közösség egyik legnagyobb kihívása, hogy megtalálja azokat az értékeket, amelyek által erősödhet és megmaradhat kisebbségi létben, multikulturális környezetben, akár önszerveződés útján is. Napjainkban a vajdasági magyarság identitásának megőrzése szempontjából fontos célkitűzés anyanyelvű oktatásának, nyelvének, kultúrájának megőrzése a jelentős népességfogyás ellenére is. Számos civil szervezet, művelődési intézmény tevékenykedik, amely az anyanyelvi kultúra megtartását tűzte ki célul, s feladatként vállalta a kulturális, valamint az etnikai identitás megőrzését.

A kulturális identitás fő sajátosságai: közös szabályok, közös jelképek és mítoszok, közös ős. Az állami-politikai határok nem azonosak a kulturális nemzet határaival, mint ahogyan a vajdasági magyarság kulturálisan egy más országban élő nemzettel azonosul.

Újvári Edit összegzése alapján a kulturális identitás a közösség – és benne az egyén – azonosságtudatát alakító értékek, normák, viselkedésminták, tudás- és hagyományrendszerek összessége (ÚJVÁRI 2009). A kulturális közösséget egyének alkotják, olyan egyének csoportja, akik ugyanazt a kulturális értéket becsülik, akiket a közös identitás köt össze azonos kulturális jegyek alapján, s szeretnék a közös identitást megőrizni és továbbfejleszteni (SIMOVIĆ-HIBER – KARTAG-ÓDRI 1997).

A kulturális közösség, ezáltal a kulturális identitás nem minden esetben egyenlő az etnikai közösséggel, főleg a többnemzetiségű közösségekben nem célszerű kiegyenlíteni a két fogalmat. Egy kultúrnemzet meglétét a kulturális identitás biztosíthatja. Az etnikai csoport kultúrnemzeti megfogalmazása az államnemzetivel ellentétben állhat (KEMÉNYFI 2001). Veres is utal tanulmányában arra, hogy Közép-és Délkelet-Európában a nemzeti kisebbségek esetében a kultúrnemzet eltér az államalkotó nemzettől (VERES 2005).

Keményfi a kultúrnemzet fogalmát az etnikai csoport értelmezése felől közelíti meg, vagyis az etnikai csoport a folyamatosan változó társadalmi helyzetektől *független* közösség. Létét nem csak változatlan kulturális jegyei, hanem a csoport történeti kontinuitása is igazolja (KEMÉNYFI 2001). A vajdasági magyarság, a történelem viharaiiban kisebbségi léthelyzetbe sodort nemzeti közösség saját kulturális örökségét, hagyományát egy másik országban élő nemzet kulturális örökségével, hagyományával azonosítja, és nem azonosul az államalkotó nemzettel. A kultúrnemzet fogalma – amely először Németországban vált ismertté a 20. század elején –, napjainkban elterjedt a Kárpát-medencében élő magyar kisebbségek elemzése esetében is. Mikroszinten a kulturális-nemzeti identitás „az egyén beállítottságától, erőfeszítésének, értékrendjének és érdekeinek alakulásától függ” (KOVÁCS 2016:106).

A vajdasági magyar kultúra a kulturális élet minden területén az egyetemes magyar kultúrához való tartozást kívánja megvalósítani, ugyanakkor a többségi kultúrával is folyamatosan kapcsolatban kell állnia (VAJDASÁGI MAGYAR KULTURÁLIS STRATÉGIA 2012–2018, <http://mnt.org.rs>). A vajdasági magyar nemzeti kultúra egyszerre kisebbségi kultúra Szerbiában és Vajdaságban, többségi kultúra a többségében magyarlakta településeken, nagyvárosi kultúra és a kistelepüléseken élők kultúrája is.

Az észak-bácskai és az észak-bánáti körzet a leginkább magyarlakta térség a Vajdaságban. Észak-Bánát körzet bácskai oldala (Horgos, Magyarakanizsa, Zenta, Ada, Mohol, Péterréve és Óbecse) képezik a tömbmagyarságot, ezeken a településeken a népességben kétharmadosnál nagyobb aránnyal képviselik magukat a magyarok (VAJDASÁGI MAGYAR KULTURÁLIS STRATÉGIA 2012–2018, <http://mnt.org.rs>). A tömbben élő magyarság a mindennapjaiban és a közéletben is anyanyelvét gyakorló, valamint az önkormányzatban döntéshozatallal vagy részben döntéshozatallal rendelkező közösség.

A Csurgó–Légmán szerzőpáros *Sen Amartya* tanulmánya alapján kifejti, hogy a közösségek szempontjából két integráló mechanizmust tárhatunk fel: az első a közösség identitásformáló szerepéhez kötődik, ebben az esetben a közösségi, kollektív identitás jelenti az integráció alapját, a másik esetben az integráció a közösség intézményi jellegéhez kapcsolódik. Az intézményi jellegnél az egyén közösségbe szerveződve vesz részt a közösség tevékenységeiben, a közösség biztonságot és identitást ad az egyéneknek. Az intézmények szerepe abban mutatkozik meg, hogy meghatározzák a közösség mindennapjait, és ellátják a közösség számára szükséges funkciókat. (CSURGÓ-LÉGMÁN 2015:3).

## 1. A kutatás módszere

A kutatás során 2021 februárjában és márciusában öt interjúalannal félig strukturált interjú keretében beszélgettem, az interjúalanyok a zentai közélet, az idegenforgalmi és művelődési intézmények kiemelkedő kulcsszereplői. Az interjú során választ kerestünk arra, hogy mi vonzza a látogatókat egy-egy vidéki kistelepülésre: Zentára, Magyarkanizsára, Adára. Lehet-e turisztikai termék a helyi kultúra és fesztivál, pl. a Városnapok rendezvénysorozat keretében megszervezett zentai csata programsorozat, a Tiszavirág Fesztivál, a Halászléfőző Fesztivál stb.) Erősítheti-e a települési értéktárban helyet kapó épített, kulturális örökség a településen élők és elszármazottak identitástudatát. Az interjúalanyok rávilágítottak arra, mely nemzeti, települési értékeknek van a legnagyobb szerepe a lokális identitás kialakításában, erősítésében Zentán és a Tisza mentén, és mit kellene tenni, hogy még vonzóbbá váljanak a nemzeti, települési értékek. A települési és külhoni érték, a turizmus és gazdaság összefüggéseire kerestük a választ olyan nyereséges, sikeres vállalkozások bemutatásával, amelyek egy-egy települési értékhez kapcsolódóan a helyi termékeket népszerűsítik. Tapasztalati megfigyeléssel elemeztük Zenta turisztikai erőforrásait.

Az interjúkészítés mellett a másodlagos adatok begyűjtésénél áttekintettem a zentai önkormányzat és a vajdasági magyar közösséget érintő idegenforgalmi fejlesztési stratégiát, a zentai idegenforgalmi iroda éves jegyzőkönyveit, a megvalósult és folyamatban levő művelődési és idegenforgalmi projektumokat, a Vajdasági Magyar Értéktár Tisza menti településeire vonatkozó helyi értéktárának épített és kulturális értékeit, szecessziós emlékeit.

## 2. Következtetések

Tanulmányomban a kiindulópontot az a meghatározás adja, hogy a vajdasági magyar közösség olyan kultúrnemzet, amelynek tagjait a közös kultúra és hagyomány, az azonos eredettudat, a közös identitás és összetartozás-tudat köt össze (KEMÉNYFI 2001), tehát a vidéki örökség és identitás összefüggését a kultúra felől közelítem meg.

A fentebb említett két integráló mechanizmus (kollektív identitás és intézményi jellegű identitás) folyamatában a vajdasági Tisza mente, ezen belül is főleg egy kisváros, Zenta lokális és kulturális örökségének elemeit, a művelődési és idegenforgalmi intézmények közösségépítő tevékenységének szerepét feltételezzük, amelyek a helyi identitástudatot formálják és erősítik. Feltételezzük továbbá, hogy egy cselekvő közösség megmaradását és intézményi jellegű identitását a vidéki, hagyományos örökség, a hozzájuk kapcsolódó közösségi élet, a helyi értékek, a kulturális, épített, szellemi örökségek befolyásolják. Igény mutatkozik a lokalitás és a vidékiség iránt, a fejlődés lehetőségét, a vállalkozások működését a helyi sajátosságokra épülő idegenforgalom segíti.

## 3. Kutatási eredmények

### 3.1. A vidéki örökség hagyományos intézményei

Zenta az észak-bánáti körzet bácskai oldalán elhelyezkedő, többségében magyar nemzetiségű emberek által lakott település, kulturális sokszínűség, változatos nemzetiségi-kulturális összetétel

jellemzi, a városi/kisvárosi tömb csoportjába tartozik. A 2002-es népszámlálás adatai szerint Zenta községben, melyhez négy falu is tartozik, 25.568 lakos élt, ebből 20.587 ember vallotta magát magyar nemzetiségűnek. A 2011-es népszámlálás adatai szerint a községben a 22.961 lakosból 18.441-en vallották magukat magyar nemzetiségűnek (SZERBIAI STATISZTIKAI HIVATAL, <http://stat.gov.rs>). Több mint tíz százalékkal csökkent a lakosok száma a 2002-es népszámlálási adatokhoz képest a nagyfokú elvándorlás és az alacsony natalitás miatt.

A helyi, főleg magyar kultúrát képviselő intézmények sorában kiemelkedő tevékenységet végez a Zentai Történelmi Levéltár, a Thurzó Lajos Művelődési-Oktatási Központ, a Zentai Magyar Kamaraszínház és a zentai székhelyű Vajdasági Magyar Művelődési Intézet. Az első három lokális intézmény a magyar közösség identitásának őrzése és fejlesztése szempontjából kiemelt jelentőségű a kisebbségi jogok érvényesítésével megbízott Magyar Nemzeti Tanács döntése értelmében. Ez azt jelenti, hogy a Magyar Nemzeti Tanács törvényben szabályozott keretek között támogatja a magyar közösség szempontjából fontos művelődési intézmények közvetlen fejlesztését, fennmaradását.

A kiemelt jelentőségű intézmények a regionális és lokális identitást is nagyban meghatározzák, és a vidéki örökség kultúrközvetítő intézményei egy-egy helyi közösség életében. Feladatuk a lokális és regionális közösségépítő szerep erősítése; a kortárs kultúra bemutatása; az esélyegyenlőség biztosítása a nyitott kultúra eszközrendszerével; a nemzeti közösségek kultúrájának támogatása; a magyar közösség nemzeti identitásának erősítése fesztiválok, rendezvények révén; megemlékezések a nemzeti ünnepekről és a magyar kultúra jeles alakjairól; az anyanyelvi kultúra magas szintű ápolása, a művészeti tevékenységgel foglalkozók, alkotók támogatása.

Az 1950-ben alakult *Zentai Történelmi Levéltár* 1967-től regionális levéltárrá vált, lefedve és begyűjtve a Tisza mente községeinek levéltári anyagait. Így a mai napig öt községben munkálkodik: Magyarakanizsán, Adán, Óbecsén, Szenttamáson és Zenta községben. Az intézmény a levéltári iratanyagok feldolgozása, tartós megőrzése mellett kiadói tevékenységet is folytat magyar és szerb nyelven, könyvbemutatókat, kiállításokat, előadásokat, konferenciákat, szakmai tanácskozásokat, levéltári-pedagógiai foglalkozásokat szervez, tudományos, közművelődési teendőket is ellát.

Az 1977-ben alakult *Thurzó Lajos Művelődési-Oktatási Központ* a Tisza mente (Magyarakanizsa, Csóka, Zenta, Ada községek) magyar művelődési életét gazdagítja, magába foglalja a Városi Könyvtárat, a Városi Múzeumot és a Művelődési Házat. Számos, a Magyar Nemzeti Tanács által kiemelt jelentőségű, regionális és tartományi szintű rendezvényt szervez: Énekelt Verseket Fesztiválja, Hagyományaink ünnepe, Kálmány Lajos Népmesemondó Verseny, Zenta irodalmi fesztivál, Középiskolások Szín-és Filmművészeti Vetélkedője, Zentai Művésztelep, a zentai csata emlékére kialakított városnapi rendezvénysorozat, a nemzeti és jeles ünnepek alkalmából megrendezett megemlékezések. Az intézmény keretében működik a Települési Értéktár Bizottság (THURZÓ LAJOS OKTATÁSI-MŰVELŐDÉSI KÖZPONT, <http://tlkk.org>).

A hagyományos intézmények sorában ki kell emelni a 2009-ben alapított *Zentai Magyar Kamaraszínházat*, mely az egyik legfiatalabb magyar jellegű intézmény a Vajdaságban. A kamaraszínház elsősorban városi színház, tevékenysége viszont regionális. Az előadásokat a zentai közönség mellett a Tisza mente színház iránt érdeklődő lakossága is rendszeresen látogatja, Magyarországról és Zenta város testvértelepüléseiről is érkeznek színházkedvelők, valamint tájoló programjuk keretében, melynek fő támogatója a Magyar Nemzeti Tanács, bejárják egész Vajdaságot, az anyanyelvű kultúrát népszerűsítve a szórványtelepüléseken, iskolákban tantermi produkció keretében. Előadásaik ismertek Magyarországon és Erdélyben is, és kivívták a Kárpát-medence szakmai elismerését (ZENTAI MAGYAR KAMARASZÍNHÁZ, <http://zentaimagyarkamaraszinhaz.com>) Négy évvel ezelőtt indították útjára a Magyar Teátrumi

Társasággal közösen a Teátrum Neked! nevet viselő fesztivált a vajdasági magyar közösség számára, mely óriási érdeklődésnek örvend.

Mindegyik művelődési intézmény célja, hogy a helyben lakók művelődéssel, nyilvánossággal, társas együttléttel kapcsolatos óhaja és öntevékenysége találkozzon. A kulturális örökség a kollektív emlékezet része, és erősíti a kulturális identitást, nemzeti öntudatot. A lokalizáció akkor jár együtt a helyi társadalom kialakulásával, ha tagjai felismerik a közös érdekeiket, és együttműködnek azokért. Általánosságban elmondható, hogy a 12-60 éves korosztályt szólítják meg az intézmények. A művelődési jellegű programok nem minden esetben összpontosítanak kizárólag a hagyományőrzésre, céljuk a kulturális turisztikai kínálat gazdagítása. A két integráló mechanizmus, a kollektív identitás és a közösség intézményi jellegéhez kapcsolódó identitás szorosan összekapcsolódik a hagyományos intézmények esetében, egymást kiegészítve.

A Tisza mentén, így Zenta községben is számos nonprofit civil szervezet, művelődési egyesület működik, berkein belül hagyományőrző szakkörök (kézimunka szakkör, kézművesek, régi mesterséggel foglalkozók), együttesek (néptáncsoportok), társulatok (amatőr színtársulat, bábtársulat) tevékenykednek, az egyént a cselekvő közösség integrálja, amelyben a helyi kultúra létezik és gyökerezik, ezáltal a közösség intézményesül. Zenta községben több mint 80 aktív civil szervezetet jegyeznek, legtöbb a művelődéssel és hagyományőrzéssel foglalkozó szervezet vagy művelődési egyesület. A kisebb falvakban, településeken, ahol nincs hivatásos intézmény vagy annak fenntartására nincs mód, az egyesületeken, civil szervezeteken keresztül képviselik a kultúrát a magyar közösségekben, illetve vendégszereplésekkel, közös projektumokkal segítik a kulturális fennmaradást. A falvakban a rendezvények sorában kiemelt jelentőségű az *aratóünnepség*, a *karácsonyi népszokások* vagy a *Szent István-naphoz kötődő kenyérszentelő ünnepségek*. A helyi kultúra a rendezvények által közösségformáló erővel bír, átörökítik a hagyományokat az utókorra és lehetővé teszik a hatékony idő felhasználását is. A hagyományőrző, népi tevékenységek mellett van egy modern vonulata is a közösségfejlesztésnek (modern tánckörök, kórusok, mazzorettcsoport), így fiatalabbakat és idősebbeket is megszólítanak. A kisvárosi, vidéki települések felemelkedését a helyi erőforrásokon és a helyi részvételen alapuló fejlesztések teszik lehetővé.

#### 4. Vidéki örökség és lokális identitás

Vajdaság területén számos olyan kulturális érték található – legyen az épített vagy szellemi –, amely turisztikai vonzerőként mutatható be a hazai, anyaországi és külföldi vendégeknek. A tájegység számos olyan helyszínnel, emlékhellyel rendelkezik, amely a magyar történelemhez kötődik. Az emlékhelyek közül sok felújításra szorul. Ezek mellett a térségre jellemző szokások és a szellemi örökség is gazdag, amelyeknek egy részét jobban kellene prezentálni. (A VAJDASÁGI MAGYAR KÖZÖSSÉGET ÉRINTŐ IDEGENFORGALOM FEJLESZTÉSI STRATÉGIÁJA 2018, [http:// prosperitati.rs](http://prosperitati.rs)).

A zentai székhelyű, 2003-ban alapított *Vajdasági Magyar Művelődési Intézet* a vajdasági magyar szellemi élet fontosabb jelenségeit igyekszik archiválni és a magyar művelődési tevékenységet végző intézményeket, szervezeteket fogja össze a Vajdaságban. Ez az intézmény vállalta fel a *Vajdasági Magyar Értéktár*, ezen belül a települési értéktár bizottságok munkájának koordinálását, azzal a törekvéssel, hogy segítse a vajdasági magyar lakta településeket, a magyar közösségeket a mozgalomba való bekapcsolódásban, saját értékeik átmentésében. „*A város, mint centrum sok tekintetben szemben áll a vidékkel, mint perifériával. Az értékteremtés, értékmegőrzés tekintetében más és más módon kell megközelíteni az egyes település típusokat. Figyelembe kell venni a helyi sajátosságokat, és azokat egységben kell kezelni*” (SZAKÁLI 2019:56).

A helyi értékek feltárásában gyakran a település lakóit is bevonhatják, mert ők az elsődleges értékmegőrzők, rajtuk múlik a hagyományok ápolása, átörökítése. Ezáltal az egyén és a közösség

tevékenysége összefonódik, az egyén a cselekvő közösség részévé válik egy társadalmi felelősségvállalásban. Minden településnek lehet rejtett értéke, amely a közösség fejlődését segítheti és szolgálhatja. Az értékfeltáró munka lényege – az integráló mechanizmus folyamatában – az egyéni és közösségi, vagyis kollektív identitástudat erősítésében bontakozik ki. Vajdaságban a települési értéktárakat főleg művelődési egyesületek és nonprofit civil szervezetek alakítják, és az integráció a közösség intézményi jellegéhez kapcsolódik. A bizottságnak bárki tagja lehet, aki szakmai rátermettségével, példamutatásával részt tud vállalni az öntevékeny feladatok ellátásában. Mindenképpen eredményesebb egy bizottság, ha szakmailag olyan tagok végzik a feladatokat, akik *„jól ismerik a települést, annak történetét, hagyományait, lakosait, vagy esetleg egy speciális szakterületen vannak otthon (pl. történész, helytörténész, néprajzos, pedagógus, biológus, stb.). Az ő tudásuk ugyanis elengedhetetlen a helyi értékek felkutatásához, a javaslatok elkészítéséhez”* (VÁZSONYI 2020: 342.).

Azok az intézmények, amelyek a változást hangsúlyozzák, el kell, hogy kötelezzék magukat a részvétel kultúrája iránt. Ez úgy lehetséges, ha „bevonják a lakosságot a városi örökség védelmébe, megőrzésébe, gondozásába és kezelésébe, ami a közjó iránti felelősséget növeli, egyaránt hozzájárulva a személyes és közösségi identitás megteremtéséhez” (INTERREG CENTRAL EUROPE, <https://interreg-central.eu>).

A Tisza mente bácskai oldalán (Magyarkanizsa, Zenta, Ada és Óbecse községekben, a városokban és a hozzájuk tartozó falvakban) a következő települési szakterületi kategóriákban jelöltek értékeket:

- Agrár-és élelmiszergazdaság: 2 érték
- Épített környezet: 36 érték
- Kulturális örökségek: 35 érték
- Természeti környezet: 9 érték

Bácskai oldalon a Tisza menti települési értéktárak vonatkozásában a legnépesebb kategória az épített környezet, ezt pedig közvetlenül a kulturális örökség követi.

#### 4.1. Épített környezet

Az épített környezet témakörén belül az embert körülvevő környezet fenntartásához kapcsolódó szellemi termékek jelennek meg, legnagyobb számban a feszületek, kápolnák, szobrok, szakrális kisémlékek szerepelnek, majd ezt követik a templomok, középületek és a népi építészet emlékei, pl. a napsugaras díszítésű oromzatú házak Tornyoson, Zentán és Óbecsén. Magyarkanizsa község egyik kis településén, az 1811 lélekszámú Kispiacon 12 szakrális kisémlék került be a települési értéktárba. A településen a templom csupán 1945-ben épült fel, a keresztek voltak azok a helyek, ahol a járókelők vagy a munkába igyekvők megálltak egy-egy fohász erejéig (VAJDASÁGI MAGYAR ÉRTÉKTÁR, <http://ertektar.rs>). Az Ada községhez tartozó Törökfalun, Völgyparton és Valkaisoron is 8 kereszt található kinn a határban, a dülőutak mentén. Ezek az emlékek kultikus funkcióval bírnak, és településszerkezeti szempontból is jelentősek. *„Magasan kiemelkednek a földből, s tanúskodnak azokról az emberekről, akik e keresztek Isten dicsőségére felállították, valamint azokról is, akik ma gondot viselnek róluk”* (VAJDASÁGI MAGYAR ÉRTÉKTÁR, <http://ertektar.rs>). Az adai *Szenháromság-templom* tornya az idők során a város jelképévé, helyi jellegzetességé vált egyedülálló szerkezete miatt, de a tájház és a díszített műkőkapuszlop is említésre méltó a településen.

## 1. ábra. Az adai Szentháromság-templom tornya



*Forrás: <http://ertektar.rs/ertektar/ertek/Az-adai-Szentharomsag-templom-tornya-/72>*

A zentai települési értéktárban 36 érték kapott eddig helyet, ebből a kisvárosban 13, a községhez tartozó faluban 8 épített örökséget jegyeznek a települési értéktárban. Zentán vannak műemlék jellegű és védettnek nyilvánított épületek, a helyiek számára ezek az épületek jelentős építészeti örökségek. Kiemelünk néhány épületet, amelyek a Vajdasági Magyar Értéktár Települési Értéktárában is helyet kaptak. Interjúalanyaim arra a kérdésre, hogy mely települési értékeknek van a legnagyobb szerepe a lokális identitás kialakításában vagy erősítésében Zentán és környékén, egyöntetűen a szecessziós stílusú és kissé romantikus hatású *Zentai Városháza (1912-1914)* tekintélyt parancsoló épületét nevezték meg a főtéren. Az épület fennállása óta Zenta jelképévé vált, Kovács Frigyes budapesti műépítész tervezte. A városháza látványa megihletett számtalan művészt, akik a legkülönbözőbb formákban, képzőművészeti alkotásokban örökítették meg az épületet, továbbá számos kiadvány, dokumentum, helyi okmánybélyeg díszje is volt már. Legfelső szintjén kapott helyet a Zentai csata-émlékkilátó, ahonnan pompás kilátás nyílik a városra és a környékre (VAJDASÁGI MAGYAR ÉRTÉKTÁR, <http://ertektar.rs>).

## 2. ábra. Zentai Városháza (1912–1914)



*Forrás: Herédi Krisztián fotója ([http://www.zenta-senta.co.rs/hu/6/a/6/816/2016\\_07\\_18\\_a.html/1](http://www.zenta-senta.co.rs/hu/6/a/6/816/2016_07_18_a.html/1))*

## 3. ábra. Zentai Városháza (1912–1914) belső tere.



*Forrás: <http://ertektar.rs/ertektar/ertek/A-zentai-Varoshaza-epulete/157>*

A *Zentai Gimnázium (1884–1910)* ma is a főtér meghatározó épülete, díszes főhomlokzata magyaros stílusban készült. Tervezője Berzenczey Domonkos, Zenta főépítésze. Magyar Ede, szegedi építész tervezte a *Royal Szállót (1910–1911)*, melynek építésze a modern elemek felé mutat, de szecessziós elemek is díszítik az épületet, és egy több mint száz éves iskolaépület is meghatározó a helyi identitás szempontjából, ez pedig a szintén műemlékké nyilvánított *Thurzó Lajos Általános Iskola (1913–1914)*.

A szakrális építészeti örökségek az európai kultúrához való végleges visszatérést, a több mint ezeréves fennmaradás lehetőségét szimbolizálják. Számos egyházi kulturális rendezvény helyszíne a *Jézus Szent Szíve templom* és a zentai csata emlékére épített *Lisieux-i Kis Szent Teréz-émléktemplom*. Az épített örökségek kategóriájában kapott helyet a *Plébániapalota épülete*, a *Páduai Szent Antal-templom*, a görögkeleti *Szent Mihály Arkangyal-templom* és a tornyosi szecessziós stílusban épült *Magyarok Nagyasszonya-templom*.

#### 4. ábra. Lisieux-i Kis Szent Teréz-emléktemplom. Kulturális örökség.



Forrás: Vajdasági Magyar Értéktár (<http://ertektar.rs/diakertekorok/ertek/Lisieux-i-Kis-Szent-Terez-emlektemplom--/174>)

Interjúalanyaim véleménye, hogy a szakrális tér az egyén és a közösség integráló szerepét hangsúlyozza. A vallásosság megváltoztatja a térbeliséget, kimozdulással, helyváltoztatással, mobilizációval jár. A nyilvánosság felvállalásával a közösség összetartozását juttatja kifejezésre. Kinyilvánítják hovatartozásukat, s egyfajta nemzeti-vallási szimbólumként működtetik a szakrális teret, a találkozók és az egyházzenei fesztiválokat, a szakrális tér kulturális rendezvények színhelyévé válik (SZŐKE 2015). Nemcsak a település lakói vesznek részt az ünnepeken, hanem az elszármazottak is, akik olykor-olykor hazatérnek szülőhelyükre.

Interjúalanyaim kiemelték a Külhoni Nemzeti Értéktárban szereplő *Zentai Tűzoltólaktanyát (1903–1904)* is, amely szecessziós stílusban készült a magyar népművészet elemeinek felhasználásával, alkotója Lechner Ödön tanítványa, Lajta Béla (1873–1920), a XX. század magyar építészetének kiemelkedő alakja (VAJDASÁGI MAGYAR ÉRTÉKTÁR, <http://ertektar.rs>). Az újvidéki Tartományi Műemlékvédelmi Intézet védetté nyilvánította az épületet 1974-ben, majd 1991-ben a jelentős műemlékek közé sorolták.

A Külhoni Nemzeti Értéktárban szerepel egy zentai kulturális érték, egy neves történelmi esemény, *A győzedelmes zentai csata (1697. szeptember 11.)*, amely a zentaiak identitástudatának erősítésében kiemelten fontos. Savoyai Jenő herceg és hadvezér a keresztény seregek élén győzelmet aratott a törökök felett Zentánál, s ezzel a csatával az európai összefogás megdőntötte Magyarországon a török uralmat.

#### 4.2. Kulturális örökség

A kulturális örökség tárgykörét szellemi és tárgyi javak, népművészet és népi mesterségek, néprajz, táncművészet, irodalom, nemzeti és történelmi emlékhelyek, munkásságukban kiemelkedő személyiségek képezik. Számos közösségnek van olyan személyisége, aki példakép lehet a saját településén.

A teljesség igénye nélkül kerül megemlítésre néhány kulturális örökség: Moholon jellegzetesek az úrnapi virágszőnyegek, ebből az alkalomból Úrnapiján egyre több vendég érkezik a faluba. A virágszőnyegek motívuma évenként változik, a díszítők előre megbeszélte, azonos témakörű képeket készítenek, viszont a főoltár virágszőnyege minden évben a koronás magyar címet ábrázolja. Alapvetően a falubéli asszonyok tisztsége a virágszőnyegek elkészítése, anyáról leányra száll a hagyomány (VAJDASÁGI MAGYAR ÉRTÉKTÁR, <http://ertektar.rs>). Szintén Ada községben három falu: Valkaisor, Völgypart és Törökfalva hármas ünnepségsorozatát szervez:

Valkaisoron az *Aratóversenyt*, ahol hagyományos módon lekaszálják a búzát; Völgyparton a *Jár a malom* című rendezvényt, ahol megőrlik a learatott gabonát, valamint Törökfalun a *Kenyérszentelőt*, amikor az új búzából megőrölt lisztből megsütik az újkenyeret, amit a közösség megszentel (VAJDASÁGI MAGYAR ÉRTÉKTÁR, <https://ertektar.rs>). Mindhárom ünnepnek közösségmegtartó ereje van, összekovácsolja a helybelieket az előkészületektől kezdve, és összehozza a környékbeli és határon túli közösségeket, ahol egymás kultúráját, munkásságát megismerik. A lokális ünnepek azt tudatosítják az emberekben, hogy melyik csoporthoz tartoznak, megerősítik egy-egy közösség összetartozását, modellálják a kollektív tudatot és emlékezetet (PETI 2005). Horgoson és Óbecsén a néphagyományok említhetők a kulturális örökségek között: a horgosi csárdás, az óbecsei népi gyermekjátékok és a tamburazene, valamint a Than-emlékház, melynek feladata a tudományok és a művészetek népszerűsítése az iskoláskorú gyerekek és fiatalok körében, a műemléképület pedig kortörténeti, városképi, turisztikai és kulturális örökségi jelleget is hordoz (VAJDASÁGI MAGYAR ÉRTÉKTÁR, <http://ertektar.rs>).

A zentai kulturális örökség kategóriában a település szempontjából számos neves, kiemelkedő személy életműve kapott helyet és maradandó emléket a természet- és a társadalomtudományok területén: *Bugarszky István* bölcsészdoktor, kémikus, egyetemi tanár, *Dudás Gyula* történész, tanár, közíró, *Thurzó Lajos* költő, újságíró, *Fekete Mihály* matematikus, egyetemi tanár, *Bodor Anikó* népzene kutató, *Szeli István* akadémikus professzor és az interkulturalizmus jegyében *Jovan Đorđević* író, az újvidéki és a belgrádi Szerb Nemzeti Színház alapítója, a jelenlegi szerb himnusz szerzője, *Jovan Muškatirović*, népművelő, író, *Stevan Sremac* kiemelkedő szerb prózaíró. Említsük meg azt is, hogy az emlékezet fenntartásában a következő feladat kell, hogy legyen a neves zentai szülöttek szülőházának megjelölése. A települési értéktárban ugyan nem szerepel, de nagy érdeklődésre tart számot néhány zentai és magyarkanizsai közösségi rendezvény, amely a művelődési élet különböző területeit fedi a kortárs kultúrától a hagyományos kultúráig, sok látogatót vonz a környékről és külföldről, közösségépítő, hagyományteremtő jelleggel bír. Ilyen jellegű rendezvény Zentán a *Karácsonyi kavalkád*, az *I love Zenta fesztivál*, az *Interetno fesztivál*, a *Mosolytenger gyermekfesztivál* és a nemzetközi *Hőlégballon-találkozó*. Magyarkanizsán a *Szent István-nap és újkenyér-ünnepének* van régi hagyománya, valamint közkedvelt a *Jazzfesztivál* és a *Malomfesztivál*.

Kárpáti Árpád-Rigó Róbert a lokális, helyi identitást a területi identitás jellemzőjeként említi, véleményük szerint ismét erősödik a lakóhelyhez és helyi közösséghez tartozás élménye. A lakóhely magába foglalhat különböző méretű és jellegű területi egységeket, a néprajzi tájegységtől a járason át a kistérségig, de akár városrészt, kerületet is jelenthet (Kárpáti Árpád-Rigó Róbert 2019).

A lokális identitás érzelmi kötődés a helyi közösséggel, a lakóhely természeti, kulturális értékeivel, hagyományaival, továbbá az identitást erősítheti a települési tájházak, múzeumok, nonprofit egyesületek közösségépítő, értéktartó tevékenysége. A fennmaradt hagyományos örökségek felderítése egy cselekvő közösség megmaradását szolgálja. Az egyén számára a család, a barátok, a településhez kötődő emlékek, élmények a helyben tartó erőt is jelenthetik, integráló erővel bírnak, az egyén szívesebben tér vissza abba a helyi közösségbe, ahova kötődik, ahol erősödött az egyéni és kollektív identitástudata.

## 5. A vidéki örökség szerepe az idegenforgalomban

Az átörökíthető helyi értékek gyűjtése, felkutatása, kidolgozása idegenforgalmi és gazdasági erőforrássá is válhat, amely a cselekvő közösség megmaradását is szolgálhatja egy-egy településen, régióban. A Tisza mentén „a turisták a kulturális turizmusnak több termékfajtáját vehetik igénybe, így a szecesszió épített örökségét bemutató és a helyi termékek megismerésére irányuló tematikus utakat, túrákat vagy a néphagyományokra épülő rendezvényeket” (TÖZSÉR 2019:50). Zentán a Városi Múzeum gyakran szervez tematikus kulturális utakat, mert igény mutatkozik rá a helyiek

részéről, kedveltek az épített, a kulturális és a természeti örökséget bemutató helyi és környékbeli útvonalak.

Csurgó Bernadett–Szatmári Anita tanulmányukban Christopher Ray (1998) kultúra-gazdaság elméletére hivatkoznak, ahol a kultúra-gazdaság módjait emelik ki a területi alapú vidékfejlesztésben. Az egyik működési mód szerint a kulturális erőforrások területi reklámként használhatók fel, s ezáltal erősítik a területi identitást, a másik mód alapján a kulturális erőforráson alapuló fejlesztést a helyi közösség végzi el (CSURGÓ–SZATMARI 2014: 34). Lokális és regionális identitáserősítés szempontjából a kultúra-gazdaság elmélet kulturális erőforráson alapuló fejlesztésének vajdasági példája lehet a Külhoni Nemzeti Értéktárban is helyet kapó zentai csata köré épített imázs, melyet a zentai önkormányzat és Idegenforgalmi Szervezet több mint nyolc évvel ezelőtt kezdett kialakítani és felépíteni a helyi intézmények és civil szervezetek bevonásával. A *Zentai csata (1697. szeptember 11.)* a törökellenes felszabadító háború egyik legjelentősebb csatája volt, a szövetséges keresztény sereg Savoyai Jenő herceg vezetésével aratott győzelmet a török hadakon. Ezzel a csatával az európai összefogás megdőntötte Magyarországon a török uralmat, és elkezdődtek a törökkel a béketárgyalások, amelyek az 1699-ben megkötött karlócai békéhez vezettek. A *Zentánál megmentett Bécs* eseménye jelentős helyet foglal el a magyar történelemben, ezen kívül kiemelten fontos eleme a zentaiak identitástudatának. A helyiek felismerték a kulturális és turisztikai lehetőségeket a történelmi esemény kapcsán, s a kor kívánalmainak megfelelően „modernizálják” a helyi érték átörökítését úgy, hogy igyekeznek megtartani a kulturális tradíciókat ápoló kézműves műhelyeket, amelyek a zentai csatát menedzselik. Így vált ismertté néhány helyi termék: a zentai csata emlékére készített, Savoyai Jenő és II. Musztafa arcképével díszített *zentai marcipán*, mely a települési értéktár agrár-és élelmiszergazdaság kategóriájában is helyet kapott, és története az 1897-es évekre nyúlik vissza az Almási-féle családi cukrászdában; a zentai csata emlékére készült "1697" elnevezésű borkülönlegesség a bor, a művészet és a történelem találkozásának szellemében; a kézműves manufaktúrával megalkotott *Zentai csata csokoládé* a Réel Chocolate kézműves műhelyben és más kézműves műhelyekben készült ajándéktárgyak (bögrék, kulcstartók, hűtőmágnesek, mézeskalácsok).

#### 5. ábra. Zentai csata bor-1697 és kézműves csokoládé a Réel Chocolate kézműves műhelyből.



Forrás: a Zentai Idegenforgalmi Szervezet archívumából

A jeles történelmi eseményt a képzőművészetben, szobrászatban is megörökítették, majd az 1997-ben, a csata 300. évfordulója közeledtével a Tisza-parti városban emlékparkot létesítettek, szeptember 11-ét pedig a város napjává nyilvánították, s elhelyezték a zentai csata emléktemplom emlékkövét is. Ez a mai és korábban már említett *Lisieux-i Kis Szent Teréz-emléktemplom*. A

történelmi esemény emlékezetét a Városi Múzeum állandó kiállítása, a Tisza-parti emlékhely és a városháza tornyában elhelyezett emlékkilátó biztosítja (VAJDASÁGI MAGYAR ÉRTÉKTÁR, <http://ertektar.rs>).

Az emlékkilátó az elmúlt évek során a város turizmusának egyik szimbólumává vált, a város testvértelepülésének, Budavár önkormányzatának és a Miniszterelnökség Nemzetpolitikai Államtitkárságának köszönhetően újabb értékes kiállítással gazdagodott a történelmi esemény 320. évfordulója alkalmából 2018-ban. A zentai csata népszerűsítésére jött létre a *Zenta, 1697. rockopera* a Soproni Petőfi Színház és a Zentai Magyar Kamaraszínház koprodukciójaként 2019-ben. A werklifilmben a zeneszerző, Szarka Gyula, Kossuth-díjas énekes és Rúzsa Magdi énekel. A rockoperát a Kárpát-medence magyar lakta területein is bemutatták már, a felvidéki Dunaszerdahelyen, Magyarországon Gyulán, Szigetszentmiklóson és Esztergomban, valamint további vendégszerepléseket terveznek. A zentai csata programsorozat keretében éveken keresztül megszervezésre került a nemzetközi Hőlégballon-találkozó és verseny (sajnos, a járványhelyzet miatt a rendezvény az elmúlt két évben nem tudott megvalósulni). A találkozóra és versenyre a szerbiai nevezők mellett a szomszédos országokból (Magyarországról, Romániából, Szlovéniából) is érkeztek vendégek, versenyzők, akik látványos repülésükkel kápráztatták el a zentaiakat és környékbeliakat. A hőlégballon repülést kipróbálhatták a város lakói mellett a környékbeli érdeklődők is, így nagy népszerűségnek örvendett a rendezvény tizenhat éven keresztül Észak-Vajdaságban.

A zentai csata emlékünnepére, amely egybe forrt a városnap több napos ünnepével, a régió számos településéről, Zenta külföldi testvértelepüléseiről is érkeznek vendégek. Zenta önkormányzata és a zentai Idegenforgalmi Szervezet két ízben pályázott sikeresen az *Európa a polgárokért (Europe for citizens)* elnevezésű pályázaton 2013-ban és 2016-ban, ennek köszönhetően egy kulturális fesztivál keretében 5 ország testvértelepülésének civil szervezetei és a város lakossága találkozhatott egymással, tapasztalatot cserélhettek, közelebb kerültek egymáshoz, és egymás települését is népszerűsítették.

A vajdasági oktatási intézmények diákjai rendszeres látogatói a múzeumi állandó kiállításnak és az emlékkilátónak, emellett a Rákóczi Szövetség és a Határtalanul diákutaztatási program keretében is számos fiatal választja úticélnak Zentát Szabadka, Palics szecessziós épületei és Pétervárad mellett. A Zentai csata nemzetközi sakkturnát is a történelmi esemény tiszteletére szervezik meg. Az interjúalanyok elmondása szerint az egyik legnagyobb identitás-és közösségerősítő szereppel bír a zentai csata (1697. szeptember 11.) emlékezete lokális szinten. „*Mindezen eredmények a közjó gyarapítását szolgálják (rámutatnak például, hogy ha egy térségben adott értékek mentén turisztikai útvonal alakul, miként profitálnak belőle az érintett térség lakói)*” (POLYÁK szerk. 2016: 27). A Zentai Idegenforgalmi Szervezet vezetőjének elmondása szerint a zentai csata imázsát turisztikai kínálatként menedzselik számos kisfilm alkotásával, internetes közösségi oldalakon, honlapon, idegenforgalmi kiállításokon.

A Tisza folyóhoz és a halászathoz köthető a Tiszai halászlé, amelyet szintén hungarikumként jegyeznek. Magyarakanizsán, Martonoson, Adán hagyományteremtő szándékkal indult útjára a halászléfőző-verseny és fesztivál, Zentán pedig a gasztrokultúra keretében a halászlé fogyasztásának van nagy hagyománya. A Papuli étterem messze híres a környéken, Szerbiában és Magyarországon is, így aki Zentára látogat vagy csak átutazóban van, biztos, hogy kipróbálja a Tiszai halászlévet.

A Tisza folyó a Tisza mente legértékesebb természeti-turisztikai erőforrása. A tiszavirág és a tiszavirágzás egyedülálló, látványos természeti jelenség – amellett, hogy hungarikum –, amelyet minden év júniusában mi is figyelemmel kísérhetünk. Idegenforgalmi szempontból is jelentős, a legenda szerint tiszavirágzaskor teljesülhetnek a szerelmi vágyak, ez pedig növelheti a Tisza-parti városok idegenforgalmát. Zentán és Magyarakanizsán közel tíz éve kerül megrendezésre a

Tiszavirág Fesztivál, melynek keretében izgalmas filmvetítéseken, szórakoztató művelődési programokon, koncerteken, nemzetközi kajakversenyen és regatta-bemutatón vehetnek részt az érdeklődők. A természeti jelenség visszaköszön a vajdasági, Tisza menti népköltészetben, irodalomban, képzőművészetben is, Zentán egy gyönyörű Tiszavirág festmény függ a Royal Szálló falán, Magyarakanizsán pedig egy Tiszavirág emlékművet helyeztek el. A zentai Tiszavirág Fesztivál a városnapi programsorozat és az Interetno-Táncpanoráma művelődési esemény mellett a leglátogatottabb és legközkedveltebb regionális rendezvény. Nemzetközi Interreg-pályázat keretében számos kulturális programot valósított meg a Thurzó Lajos Oktatási-Művelődési Központ a Tisza folyó témakörében Magyarakanizsával és Szegeddel együttműködve.

A közeljövőben *„A turisztikai vonzerőt a Tisza folyó mentén olyan összetett turisztika kínálatával érdemes fejleszteni, amely attraktív lehet az ökoturizmus, a kulturális turizmus, benne az oktatási turizmus, a néprajz, a gasztronómia, a történelem és a múzeumok iránt érdeklődőknek”* (KARANCSI et al 2020:8).

A fesztiválok kapcsán érinteni kell a helyi, minőséges termékeket előállító kézműves műhelyeket, régi mesterségeket (nemezelés, kosárfonás, gyöngyfüzés, szappankészítés, fafaragás, mézeskalácskészítés, Tisza menti fehérhímzés, mézkészítés). A kézműves tevékenységet folytatók amellett, hogy értékteremtéssel és hagyományörzéssel foglalkoznak, civil szervezetekbe tömörülnek, néhányan kisvállalkozásokat alapítanak, és elengedhetetlen színpontjai egy-egy kulturális rendezvénynek. Termékeiket olykor Zenta történelmi és művelődési eseményeihez kapcsolva igyekeznek értékesíteni, mivel a legtöbb nonprofit civil szervezetbe tömörülő kézműves nem bejegyzett gazdasági tevékenységet folytat, így hátrányba kerülnek azokkal szemben, akik profitáló, bejegyzett vállalkozás keretében működnek. A fejlődésben el kell érni, hogy a helyi termékek turisztikai hasznosítása egy újabb fejlődési szakaszba léphessen, fontos a menedzselés, a védjegyhasználat és a kapcsolati rendszer erősítése. *„A helyi termékekben rejlő lehetőségek erőforrásként való hasznosítása társadalmi és gazdasági szinten is számos előnnyel jár. Segít megőrizni a közösség tradicionális elemeit, környezetkímélő és környezetbarát termelést biztosít, megélhetést és jövedelmet teremt”* (BERGHAUER et al 2020:71).

Magyarkanizsa még gyógyvizéről híres, a Csodakút Artézi Fürdő közkedvelt rehabilitációs gyógyfürdő. Szálláshelyek tekintetében Magyarkanizsa megfelelő számú vendégágygal rendelkezik, főleg ha a környező kisvárosokhoz hasonlítjuk. A legtöbb szálláshely a gyógyfürdőben és annak közvetlen szomszédságában van. Ezen kívül számos magán szállást kínálnak a településen. A község falvaiban fejlődik a falusi turizmus, különféle rendezvényekkel csalogatják a helyiek a vendégeket. Zentán az utóbbi években folyamatosan bővül a vendégágyak számának kínálata, a településen egy hotel található, néhány magán szálláshely és panzió, összességében mégsem kielégítő és elegendő a szálláshelyek száma.

## 6. A turisztikai kereslet jellemzői Zentán

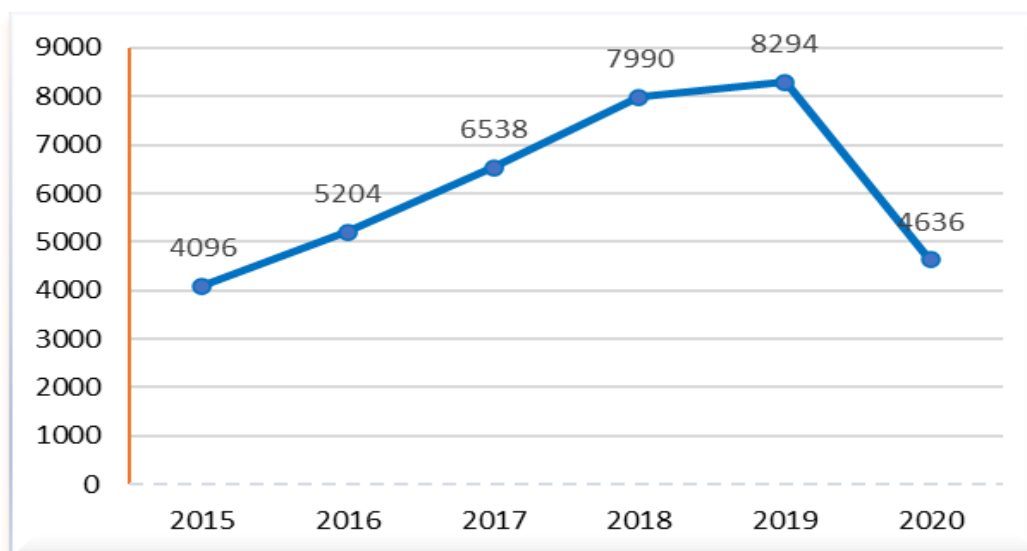
### 1. táblázat. Turisták száma a bejelentett szálláshelyeken Zenta községben.

Hazai turisták			Külföldi turisták		Turisták száma
ÉV	ÉRKEZÉS	VENDÉG-ÉJSZAKA	ÉRKEZÉS	VENDÉG-ÉJSZAKA	ÖSSZESEN
2015	1761	3965	2335	7689	4096
2016	3465	12760	1739	4576	5204
2017	4408	18238	2130	5243	6538
2018	5140	20404	2850	27834	7990
2019	5324	22506	2970	11611	8294
2020	3847	15538	789	3088	4636

*Forrás: Zenta Község Idegenforgalmi Szervezetének adatai alapján saját táblázat*

A felsorolt adatok nem tartalmazzák azokat a látogatókat, akik egynapos kirándulás keretében látogatták meg Zenta községet.

### 6. ábra. A hazai és külföldi turistaérkezések száma 2015-2020 közötti időszakban Zenta Község Idegenforgalmi Szervezetének adatai alapján



*Forrás: Zenta Község Idegenforgalmi Szervezetének adatai alapján saját ábra*

Az itt bemutatott adatokból kitűnik, hogy lassú növekedés volt tapasztalható a Zentára látogató és a városban vendégéjszakát eltöltő turisták száma alapján 2015 és 2019 között, a növekedés mértéke 102,49%-ban valósult meg, melyet a 2020-ban megjelenő koronavírus-járvány lassított.

### 6.1. Város a zsebedben

A jelenkorban a digitális, infokommunikációs alkalmazásoknak köszönhetően a turizmus iránt érdeklődők is otthonosabban mozoghatnak egy-egy településen vagy régióban. A Senta Info alkalmazás Zenta város történelmi, kulturális és turisztikai szempontból kiemelt jelentőségű látványosságainak a bemutatására jött létre 2019-ben, és hogy segítse a kisvárosba látogató turistákat a város megismerésében.

Az alkalmazás (<https://play.google.com/store/apps/details?id=hu.jusoft.sentainfo&hl=bs>) leírja a város látnivalóit, segít megtalálni a nevezetesebb műemlékeket, templomokat, múzeumot stb. Elkalauzolja az érdekelteket a szálláshelyek, éttermek és programok keresésében.

## 7. Összefoglalás és következtetések

Egy közösség sajátosságát és megkülönböztető jegyeit a helyi kulturális, szellemi örökség teszi felismerhetővé. A Tisza mente régiójának földrajza és természetrajza aránylag hasonló jellemvonásokkal bír, a művelődési sajátosságok azonban minden községben eltérhetnek. Ez határozza meg a hely szellemiségét és különbözteti meg a községeket, településeket egymástól.

Interjúalanyaim mindannyian egyeznek azzal a megállapítással, hogy a Tisza mentén, így Zentán is igény mutatkozik a vidéki örökség átmentésére, és a lokális identitást erőteljesen befolyásolja és meghatározza az emlékezetben élő szellemi, kulturális örökség. A helyi közösségek célja, hogy a lehetőségek gazdagságát felismerve kortól, nemtől és anyagi helyzettől függetlenül minél többen aktív részesei lehessenek a helyi közösségi életnek. A kulturális, közművelődési termékkínálat és vidéki örökség oly módon integrálódjon az egyének mindennapi életébe, tevékenységébe, hogy azt a sajátjukénak érezzék, és maguk is hozzájáruljanak az értékmentéshez. A vidéki örökség, mint integráló erő, egy térség és az ott élő közösség kultúrája, valamint a történelmi múltban élők halmozódó kulturális hagyatéka.

### Irodalomjegyzék

BERGHAUER, S. – SASS, E. – TARPAL, J. – TÓTH, A. (2020): A helyi termékekben rejlő turisztikai erőforrások Kárpátalján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 2020. október V. évfolyam III. szám, pp. 57–73. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.03.04

CSURGÓ, B. – SZATMÁRI, A. (2014): Vidéki kultúra, helyi közösség és lokális identitás. A kulturális örökség szerepe a lokális identitásépítésben és a helyi közösségfejlesztésben Hajdúdorogon és Hajdúhadházon. *Metszetek*. 2014/3. 33–51. [http://real.mtak.hu/18763/7/201403\\_03\\_csurgo\\_szatmari\\_0-1.pdf](http://real.mtak.hu/18763/7/201403_03_csurgo_szatmari_0-1.pdf) (A letöltés dátuma: 2019. 05. 04.)

KARANCSI, Z. – HORNYÁK, S. – SZALMA, E. – OLÁH, F. – KOROM, A. – HORVÁTH, G. – GYŐRI, F. (2020): A Tisza arcai, avagy a vízparti tájkép, mint turisztikai vonzerő - nem csak vizitúrázóknak. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 2020. június, V. évfolyam II. szám pp. 4–15. DOI:10.15170/TVT.2020.05.02.01

KÁRPÁTI, Á. – RIGÓ, R. (2019): Helyi identitás, helyi értékek gyűjtésének módszertana, a helyi identitástudat erősítés. In Tózsza István (szerk.): *Hungarikumok és nemzeti értékvédelem*. Dialóg Campus Könyvkiadó, Budapest, pp. 63–86.

- KEMÉNYFI, R. (2001): Az etnikai kisebbség (csoport) fogalmának eltérése az állam-és a kultúranemzeti elgondolásban. In: Illyés Zoltán – Keményfi Róbert (szerk.): *A táj megértése felé.* Debreceni Egyetem Néprajzi Tanszék, Eszterházy Károly Főiskola Földrajz Tanszék, Debrecen-Eger, 2001. pp. 205.
- KOVÁCS, T. (2016): A Kárpát-medencei magyar kisebbségek nemzeti identitása és haza fogalma. *Kisebbségkutatás* (25) 4., 77–119.
- PETI, L. (2009): A testvérfalu-kapcsolatok, mint a falusi turizmus és az identitásépítés színterei. In: *Nemzetiségi - nemzeti - európai identitás.* pp. 115–134.
- POLYÁK, A. (szerk.) (2016): Az értékfeltáró tevékenységek helye a Nemzeti Művelődési Intézet szakmai munkájában. In: *Értékekre hangolódva. A nemzeti értékgyűjtés módszertani kézikönyve.* Budapest: Nemzeti Művelődési Intézet, pp. 25–35.
- SEN, A. (2003). Társadalmi kirekesztés: Fogalom, alkalmazás és vizsgálat I. In CSURGÓ, B. – LÉGMÁN, A. (2015): *Lokális közösség, megtartó közösség.* Elméleti megközelítések a lokális közösség integráló szerepének vizsgálatához egy vidéki településen. DOI: 10.18030/socio.hu.2015.4.50 [www.real.mtak.hu](http://www.real.mtak.hu) (A letöltés dátuma: 2021. 04. 19.)
- SIMOVIĆ-HIBER, I. – KARTAG-ÓDRI, Á. (1997): A kultúra és identitás (emberi) jogi aspektusai. *Létünk.* 1997. 3–4. 300. 293–307.
- TŐZSÉR, A. (2019): A Délvidék/Vajdaság turisztikai kínálata és kereslete. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok.* 2019. szeptember, IV. évfolyam III. szám. pp. 36–50. DOI: 10.33538/TVT.19.04.03.3
- ÚJVÁRI, E. (2009): A kulturális identitás kérdésköre és kutatásának lehetséges irányai. A SZTE JGYPK Felnőttképzési Intézetének identitáskutató programja. In Szirmai Éva – Újvári Edit (szerk.): *Nemzetiségi – Nemzeti – Európai identitás.* Szeged <http://mek.oszk.hu/08200/08200/08200.pdf> (A letöltés dátuma: 2020. 10. 19.)
- VÁZSONYI, CS. (2020): Értékeink tükrében. In: Klamár Zoltán (szerk.): *Mi a magyar most, Vajdaságban?* II. Néprajz-antropológia. Újvidék, 2020. pp. 341–348.
- VERES Valér (2005): *Nemzeti identitás Erdélyben – Szociológiai olvasatban.* Akadémiai Kiadó, Budapest.

## Egyéb források

- A VAJDASÁGI MAGYAR KÖZÖSSÉGET ÉRINTŐ IDEGENFORGALOM FEJLESZTÉSI STRATÉGIÁJA (2018). Újvidék-Szabadka. [www.prosperitati.rs](http://www.prosperitati.rs) (A letöltés dátuma: 2021 04. 21.)
- IRÁNYELVEK. A LAKOSSÁG BEVONÁSA A KULTURÁLIS ÖRÖKSÉG HASZNOSÍTÁSÁBA
- INTERREG CENTRAL EUROPE, <https://interreg-central.eu> (A letöltés dátuma: 2021. 05. 04.)
- LOVAS, I. (szerk.) (2011): Vajdasági Magyar Kulturális Stratégia 2012–2018. [https://www.mnt.org.rs/sites/default/files/attachments/vajdasagi\\_magyar\\_kulturalis\\_strategia\\_2012-2018.pdf](https://www.mnt.org.rs/sites/default/files/attachments/vajdasagi_magyar_kulturalis_strategia_2012-2018.pdf) (A letöltés dátuma: 2018. 05. 21.)
- SZAKÁLI, I. L. (2019): *Hungarikumok.* In Tózsza István (szerk.): *HUNGARIKUMOK és nemzeti értékvédelem.* Dialóg Campus Könyvkiadó, Budapest. pp. 41–62. [http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/4066/1/HUN\\_UJ\\_Ideig\\_TK.pdf](http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/4066/1/HUN_UJ_Ideig_TK.pdf) (A letöltés dátuma: 2020. 05. 03.)

SZERBIAI STATISZTIKAI HIVATAL (Republički zavod za statistiku) [www.stat.gov.rs](http://www.stat.gov.rs) (A letöltés dátuma: 2021. 04. 15.)

SZŐKE, A (2015): Kitalált ünnepek, mint az önszerveződés formái. [www.vmtt.org.rs](http://www.vmtt.org.rs)(A letöltés dátuma: 2021. 04. 19.)

THURZÓ LAJOS MŰVELŐDÉSI-OKTATÁSI KÖZPONT <http://www.tlkk.org/varosi-konyvtar> (A letöltés dátuma: 2020. 10. 24.)

ZENTA KÖZSÉG IDEGENFORGALMI SZERVEZETE [www.sentainfo.org](http://www.sentainfo.org)(A letöltés dátuma: 2020. 04. 14.)

ZENTAI MAGYAR KAMARASZÍNHÁZ <http://www.zentaimagyarkamaraszinhaz.com>(A letöltés dátuma: 2021. 03. 24.)

VAJDASÁGI MAGYAR ÉRTÉKTÁR, <http://www.ertektar.rs>(A letöltés dátuma: 2021. 05. 04.)

# OKOS VÁROS MEGOLDÁSOK MINT VÁROSMARKETING ÉS VÁROSMÁRKÁZÁS ESZKÖZÖK – ÚJVIDÉK ESETTANULMÁNYA

<sup>1</sup> Muhi B. Béla – <sup>2</sup> Jelena Vemić Đurković

<sup>1</sup> egyetemi tanár, Educons Egyetem, Közgazdasági Kar, Újvidék, Szerbia; e-mail: muhi.bela@gmail.com

<sup>2</sup> egyetemi tanár, Educons Egyetem, Közgazdasági Kar, Újvidék, Szerbia; e-mail: djurkovic.jelena@yahoo.com

DOI: 10.15170/TVT.2021.06.03.07

## Absztrakt

Manapság nemcsak a gyártók, termékek, márkák versenyeznek egymással, hanem az országok, régiók, városok is. Amíg a termékek a vásárlókért, addig a városok a turistákért, a befektetőkért, a képzett munkaerőért vagy a tehetséges diákokért versenyeznek. Ez a verseny nemcsak egy ország határain belül zajlik, hanem mindinkább nemzetközi szintre lép.

A versenyben való helytállásban marketing szakértelemre és a marketingeszközök helyes alkalmazására van szükség, amelyek által a városok képesek kialakítani és fenntartani versenyképességüket és pozitív imázsukat. Mindez megköveteli, hogy a városvezetés nagyobb mértékű piacorientáltságot, marketing szemléletmódot mutasson fel, figyelembe véve a reális lehetőségeket és veszélyeket.

A verseny fokozatos kiéleződése egyre tudatosabb és átgondoltabb marketingpolitikát és stratégiát követel meg, ahol az utóbbi években a Smart City (okos város) megoldások is egyre inkább előtérbe kerülnek. Azon városok, amelyek különböző smart (okos) megoldásokat vezettek be, több esetben ki tudták használni a városmarketing eszközeiként is. Ezt tette Újvidék (Novi Sad) városa is, így e tanulmányban ezen megoldások lesznek bemutatva.

*Kulcsszavak: városmarketing, városmárka, városimázs, okos város, Újvidék*

## **Abstract**

Today, not only manufacturers, products and brands compete with each other, but also countries, regions and cities too. While products compete for consumers, cities compete for tourists, investors, skilled labor, talented students etc. This competition is not only taking place within the borders of a country, but is increasingly moving to an international level.

This competition requires marketing expertise and the correct use of marketing tools that enable cities to build and maintain their competitiveness and positive image. All this requires the city management to show a greater degree of market orientation and marketing approach, taking into account the realistic opportunities and threats.

The intensification of competition requires more conscious and thoughtful marketing policy and strategy, where Smart City solutions are also becoming more and more important. Cities that have introduced various smart solutions have been able to use them in several cases as a tool for urban marketing. The city of Novi Sad has done the same, and these solutions will be presented in this study.

*Keywords: city marketing, city brand, city image, smart city, Novi Sad*

## Bevezető

Az utóbbi években világszerte megnőtt a marketing szerepe a városok, de a régiók és országok között zajló versenyben is. Számos kutató, szakember, marketing ügynökség foglalkozik a városmarketinggel elméleti és gyakorlati szinten is. A kutatások és projektek száma is lényegesen megnőtt az elmúlt években. Mindennek köszönhetően évről évre egyre több város fektet nagyobb hangsúlyt a megfelelő marketingtevékenységre és ezáltal a város „eladhatóságának” a növelésére, a vonzó és egyedi arculat kialakítására és promotálására. Ez valójában egy hosszú távú folyamat, mely céltudatos marketingtevékenységet igényel és megköveteli a városvezetés mellett a magánszektor, a civil szervezetek és a lakosság bevonását is.

Világszerte egyre több város vezet be ún. Smart City (okos város) megoldásokat, illetve a városfejlesztési stratégiákban is egyre több „okos” rendszer bevezetése van előlátva. Azon városok, amelyek ilyen okos rendszereket vezettek be, sikeresen ki tudták használni a városmarketing eszközöként is, illetve egy új városimázs kialakításában. A tanulmányban bemutatott Újvidék (szerb nyelven: Novi Sad) városa is egyre több okos megoldást vezetett be, amelyek átformálták a város imázsát és márkáját.

### 1. Városmarketing

A városmarketing nem új keletű tevékenység. Különböző promóciós tevékenységet már a 19. század elején alkalmaztak egyes települések a népszerűsítésre (főként a tengerparti üdülőhelyek), de korábban is voltak olyan tevékenységek amelyek által egyes városokba vonzották az új lakosokat, kereskedőket, később turistákat, befektetőket.

A városmarketing a 1980-as évektől kezdődően került igazán előtérbe, amikor több városban a gyáripár hanyatlását követően módosultak a városfejlesztés lehetőségei. A gazdasági szerkezetváltás a gyáripár hanyatlásában nyilvánult meg, amely korábban alapját képezte az ipari régiók és városok tevékenységének (NAGY 2015). Átszakosodás történt a termelésorientált helyekről a szórakozásorientált helyekre, ahol a szórakozás a városok által nyújtott kulturális, sport, bevásárlási, kikapcsolódási lehetőségeket jelentette. Ezek a városok a lakosságért, egyetemistákért, diákokért, látogatókért és nem utolsósorban a befektetőkért indultak versenybe (LEW 2001). Új gazdasági tevékenységeket, vállalkozásokat kellett beindítani, nagyobb hangsúlyt fektetni a kulturális életre, szórakozási, sportolási lehetőségekre. A települések versenyképességének új dimenzióit kellett feltárni és azt megfelelően bemutatni, reklámozni. A városmarketing így egyre nagyobb jelentőséget kapott és jelenleg nélkülözhetetlen részét képezi a városfejlesztési politikáknak és városmenedzsmentnek. A városmarketinget tehát a volt ipari városokról kialakult negatív kép (amely a gazdasági hanyatlást, a levegőszennyezettséget, a hanyatlásban lévő ipari létesítmények visszataszító arculatát tükrözte) átalakításának szükségessége tette jelentőssé. A volt ipari városok átalakulása, a róluk kialakult negatív kép megváltoztatásának óhaja és a vállalkozó szellemű városvezetési megközelítések alkalmazása egyre több várost buzdított a promotálás és a médiaeszközök gyakori használatára (NAGY 2015).

Mindehhez marketing szakértelemre és a marketingeszközök (piackutatás, márkáépítés, promóció stb.) helyes alkalmazására volt szükség, amelyek által a városok képesek voltak kialakítani és fenntartani versenyképességüket és pozitív imázsukat. Manapság a városok közötti verseny megköveteli, hogy a városvezetés nagyobb mértékű piacorientáltságot, marketing szemléletmódot mutasson fel, figyelembe véve a reális lehetőségeket és a fennálló veszélyeket, felismerve az erősségeket és a gyengésségeket.

A városmarketing tehát olyan folyamat, amely az adott település helyi értékeit, jellegzetességeit (például természeti látványosságok, kulturális és társadalmi sokszínűség, infrastruktúra) emeli ki és igyekszik minél sikeresebben bemutatni a turistáknak, befektetőknek, munkavállalóknak.

## 2. Városmárkázás

A mai modern nagyvárosok igen kemény csatát vívnak egymással, legyen szó befektetésekről, turisták vonzásáról, rendezvények rendezési jogának elnyeréséről (kiállítások, konferenciák, sportrendezvények stb.) Így a városmarketing és ennek keretében a városmárkázás (*city branding*) napjainkban fénykorát éli. A verseny fokozatos kiéleződése egyre tudatosabb és átgondoltabb marketingpolitikát és stratégiát követel meg. A tét igen komoly, hiszen az a város, amely eredményesebben tudja saját érdekeit érvényesíteni, jelentősen előreléphet imázsa, márkája javításában (PAPP-VÁRY 2011).

A város márkájának, azaz brandjének mindenki a tulajdonosa, míg a gyártói, vagy a kereskedelmi márkának van egy jól körülhatárolható tulajdonosi köre. Épületek, események, intézmények, a kultúra, a sport, az üzleti élet, az éjszakai élet stb. határozzák meg egy város arculatát, imázsát és ezáltal a márkáját is. Amikor kapcsolatba kerülünk egy várossal, az elküld egy üzenetet számunkra, mint például: itt jót lehet szórakozni, gazdag a kulturális kínálat, kiváló egyetemi képzés van, sok a sportolási lehetőség, vagy éppen okos város megoldásokat alkalmaz. Mindez hozzájárul a város márkájának kialakításához, ugyanakkor irányt mutat a lakosságnak is abban, hogy azonosulni tudjanak a várossal, büszkének legyenek rá, hírnevét tovább vigyék.

A városoknak versengő környezetben kell megőrizniük, illetve javítaniuk versenyképességüket. Ehhez meg kell találniuk azokat a tényezőket, jellemzőket, eszközöket, amelyek különlegessé vagy egyedivé teszik őket, és amelyekkel megkülönböztethetik magukat a versenytársaktól. Ebben a folyamatban kap fontos szerepet a márkázás, és ezáltal differenciálja, azaz különbözteti meg a várost a többi versenytársától (ANTTIROIKO 2014).

PAPP-VÁRY (2011) kiemeli hogy ma már minden település hasonlóan mérettetik meg, mint egy „klasszikus” márkát a boltok polcain. A „márkanév” láttán-hallatán az emberek eldöntik, hogy szeretnének-e az adott településen élni, befekteni, turistaként ellátogatni. Ez pedig attól függ, hogy milyen információk és érzések vannak a fejükben, mire asszociálnak. A márkázás tehát sok szempontból az emberek fejében zajlik, ezeket a gondolatokat lehet befolyásolni, hogy az adott települést válasszák, illetve a már ott élők esetében megerősödjön, hogy jól választottak. Eközben egyszerre lehet hatni a szívre és az észre is. Ezért a városmárkázás esetében elsősorban a városimázs, városidentitás formálódik, és nem maga a város fizikai valójában. A városmárkázás viszonylag új területnek számít a városmarketing keretében, habár a gyakorlatban régóta foglalkoznak vele, a tudományos irodalom csak most zárkózik fel. Az elmúlt években több modell is feltűnt, amelyek szerint a város, mint márkát értelmezhető és építhető. Mivel a márkastratégiában fontos szerepet játszik a vízió kialakítása, a márkát nem csupán az aktuális tevékenységeken alapszik, hanem olyan tevékenységeken is, amelyek biztosítják a jövőbeli kívánt pozíciót. Az is megállapítható, hogy ha a városnak erős márkaértéke van, az növeli a helyiek büszkeségét, a városvezetés tevékenységének hitelességét, valamint emeli a város ismertségét. A városmárkázás legfőbb célja tehát a városok megkülönböztetése a város egyedi jellegének kihangsúlyozásával, továbbá a város vonzóvá, eladhatóvá tétele egyfajta pozitív imázs, attitűd kialakításával a célcsoport(ok) érzelmi világában. A városmárkázás alapvetően gazdasági jellegű: a turisták vonzása, a befektetések ösztönzése, a munkaerő vonzása, a város termékeinek értékesítése, illetve a városmárka a település termékeire, szolgáltatásaira is kiterjeszhető (PAPP-VÁRY 2011).

PAPP-VÁRY (2020) rámutat a helymarketing és a helymárkázás közti hasonlóságokra és eltérésekre (a hely alatt értendő minden település, régió vagy akár ország is és az ezek esetében használt marketing és márkázás). Míg Magyarországon és Szerbiában is a városmarketing és a városmárkázás kifejezés terjedt el inkább, a helymarketing és a helymárkázás kevésbé használatos, addig külföldön a *place marketing* és a *place branding* fogalma legalább annyira népszerű, mint a *city marketing* és a *city branding*. Az értelmezési különbség a legjobban a következő példán látható: A magyar települések marketingtevékenységeinek megmértetésére 2015-ben a Magyar

Marketing Szövetség, a Miskolci Egyetem Marketing és Turizmus Intézete, valamint a Hinora Group szakmai támogatásával létrehozott, a hazai városok versenyképességének és imázsának javítására tett erőfeszítéseket értékelő Országos Városmarketing Díj pályázat egyik kategóriája a márka, azaz itt a márka képezi a városmarketing részét. Ezzel szemben a FutureBrand Country Brand Index, amely az Anholt Nation Brands Index után a második legismertebb országmárkarangsor, a célcsoportok országmárkához való viszonyát méri fel különböző asszociációkon keresztül. A hat vizsgált tényező két csoportra bontható: az első három tényező – az értékrend, az életminőség és az üzleti környezet – az ország státuszát határozza meg, míg a második három – a turizmus, az örökség és kultúra, illetve a származási hely – az országélményt adja. Ahogy a FutureBrand Country Brand Index honlapja írja, az országoknak arra kell törekedniük, hogy a meglévő erőforrásaikat úgy közvetítsék a célközönség felé, hogy azok pozitívan befolyásolják az összképet, vagyis magát az országmárkát; itt tehát a helymarketing képezi a helymárka részét.

A helymarketing és helymárkázás fogalmak sokáig egymás szinonimáiként jelennek meg a témát taglaló kiadványokban, a különbségekre rávilágító munkák között pedig két eltérő szemlélet látszik kirajzolódni: az első nézőpont szerint utóbbi fogalom az előbbi eszköztárának részeként értelmezhető, a második nézőpont szerint pedig a helymárkázás egy átfogóbb menedzsment funkcióként írható le, amely stratégiai irányvonalat mutat a helymarketing tevékenységek számára. A helymárkázás, mint gyűjtőfogalom azt feltételezi, hogy léteznek általános érvényű megállapítások a különböző térségek márkázására vonatkozóan, ugyanakkor a szakirodalom jellemzően külön tárgyalja az országok, régiók, városok és turisztikai desztinációk szintjén történő márkázási törekvéseket (BENEDEK 2017). A helymárkázás és turizmus szakterületek szoros kapcsolatát hivatott jelezni a *destination branding*, vagyis *desztináció-márkázás* fogalom, amely alapvetően a turisztikai érdekeltségű helyszínek márkázási tevékenységét leíró kifejezés.

BENEDEK (2017) szerint manapság a helymárkázásra már sokkal inkább egy kommunikációs stratégiaként érdemes tekinteni, ahol az adott ország, régió vagy város márkázásában érdekelt személyek, vagyis az úgynevezett stakeholder csoportok között folyamatos együttműködésre és kommunikációra van szükség annak érdekében, hogy a helymárkázás egy egyedi, megkülönböztetett és egységes márkaidentitást tudjon közvetíteni a belső és a külső célközönség számára.

### 1. táblázat. Helymárkázás és helymarketing közötti különbség

Helymárkázás	Helymarketing
Arra összpontosít, hogy KI és MI „kreálja” a helyet	Arra összpontosít, hogy a hely HOGYAN kommunikálja ajánlatait
A „hely létrehozása” (place making): stratégiai döntéseket, befektetéseket, együttműködést és egyetértést igényel az összes érdekelt fél részéről	Piacvezérelt folyamat, marketingtechnikákat használ
Átfogó helymárka-identitást dolgoz ki	
Lényege a hírnév felépítése (hosszú távú folyamat)	Lényege a célpiacok szükségleteinek kielégítése (rövid és középtávú folyamat – kampányok)
A kínálat vezérli, belső fókuszú	A kereslet vezérli, külső fókuszú

*Forrás: PAPP-VÁRY – VAS (2020) a <https://placebrandobserver.com/differenceplace-branding-marketing-explaine> alapján*

### 3. Okos városok (*Smart City*)

Az egyre gyorsuló urbanizáció folyamatosan új kihívások elé állítja a városokat. Az okos város fogalma az 1990-es évek közepén jelent meg először, részben a városok növekedésével jelentkező új kihívások, részben pedig a városirányítási rendszereket megújítani hivatott lehetőségek kapcsán.

A legtöbb esetben az okos város meghatározásában az infokommunikációs technológiák (IKT) teljes körű kiépítése és széles elterjedése értendő. Jellemzően számolnak egyéb aspektusaival is a város működésének, de fő fontosságúnak az IKT rendszer kiépítését tekintik. Ezek a rendszerek alapvetően a számítógépes, illetve az informatikai technológiai hálózatra építenek. Alapfeltétele a mindenhol elérhető, szélessávú rendszerek, az okos/smart készülékek.

HALL (2000) a város irányításban fontos szerepet játszó Smart integrált rendszer létrehozásában látta a problémák kezelését, ami az utak, a hidak, a csatornák, a vasutak, a metrók, a repülőterek, a kikötők, a kommunikációs rendszerek, a víz- és energia energiaellátó rendszerek, valamint a nagyobb épületek esetében képes optimalizálni a rendelkezésre álló forrásokat, figyel a biztonságra, könnyíti a fenntartást, és a városlakók számára széleskörű szolgáltatások elérését teszi lehetővé.

HARRISON és munkatársai 2010-es tanulmányukban a Smart City megközelítés alatt a fizikai infrastruktúra alapvető elemeinek és az információs technológia infrastruktúrájának a szociális és az üzleti szektorral való összefonódásával létrehozott város kollektív intelligenciáját érti, ami segíti elérni a hatékonyság növekedését. Egy olyan eszközökkel ellátott, összekapcsolt intelligens várost ír le, ahol az elhelyezett szenzorokon és készülékeken, kamerákon és okos telefonokon befolyó adatok az összeköttetés következtében bárhol elérhetőek.

DOBOS és munkatársai szerint (2015) az okos város olyan szolgáltató város, amely a szervezés különleges módszertana és korszerű eszközrendszere által koordinált/összekapcsolt városi funkciókat és lehetőségeket biztosít polgárai számára, amelyek a hagyományos fejlesztési gyakorlattal nem elérhetőek. Az okos város a településfejlesztést új minőségi szintre emeli, ami által a városok népességmegtartó, munkahelyteremtő és szolgáltató képessége hatványozódik, a polgárok lehetőségei kitágulnak, a város működésének hatékonysága fokozódik, ezáltal a környezetterhelés mutatói látványosan javulnak. Az Európai Unió Okos városok és közösségek (*Smart Cities and Communities*) keretprogramja ezért elsősorban az energetikai és ökológiai célkitűzések megvalósítására jött létre. Az erőforrások fenntartható kezelése mellett a megújuló energia előtérbe helyezésére, a káros-anyag kibocsátás radikális csökkentésére alapuló program széles körű és az ágazatokon messze túlmutató együttműködések igényel (DOBOS et al. 2015).

Az okos város kiemelt célja tehát, hogy javítsa a város működésének hatékonyságát és eredményességét. Ezen felül fontos szempont a városlakók életminőségének javítása és az életszínvonal emelése úgy, hogy a természeti erőforrásokat tiszteletben tartja és tudatosan kezeli. Z. KARVALICS (2016) szerint az okos város az jó város – számos definíció metszeteként – amely jó kormányzással (*good governance*), élhetővé tett (*liveable*), magas életminőséget (*well-being*) biztosító lakóhely.

Az okos városok fejlesztése nem egyszeri program, hanem egy folyamatos korrekciót és együttműködések feltételező folyamat, amely a kormányzati, gazdasági, tudományos és civil szereplők közös munkájára épül. Fontos az is, hogy az érintett szereplők feladatai és működési keretei tisztázottak és követhetők legyenek.

Az IBM felismerte, hogy a világ városainak élhetőbbé tételéhez és működtetéséhez kiemelten fontos, hogy a városvezetés modern, az ipari szektorban bizonyított informatikai megoldásokkal támogassa a saját feladatait, valamint szorosan együttműködjön a lakossággal, és együtt tegyék jobbbá, okosabbá, biztonságosabbá a városi környezetüket. Megfogalmazásukban „az okos város,

vagy élhető város olyan települést takar, amely a rendelkezésre álló technológiai lehetőségeket (elsősorban az információs és kommunikációs technológiát) olyan innovatív módon használja fel, amely elősegíti egy jobb, diverzifikáltabb és fenntarthatóbb városi környezet kialakítását (Smarter Cities for Smarter Growth, IBM Intitute for Business Value, 2010).

#### 4. Okos város megoldások a gyakorlatban

A digitális technológiákra épülő városfejlesztési modellek kialakítása intenzíven zajlik a világ számos városában. Az okos város fejlesztések és programok, illetve az ehhez kapcsolódó üzletágak globális piacmérete az év végéig, tehát 2020-ig a Frost & Sullivan piackutató cég kutatása alapján várhatóan 1500 milliárd dollár lesz.

A 2000-es évektől kezdve több okos mintaváros kezdett épülni (Songdo Dél-Koreában, Masdar az Egyesült Arab Emírátságokban, PlanIT-völgy Portugáliában stb). Ezek a települések zöldmezős beruhásként jöttek létre, elsősorban azzal a céllal, hogy a smart megoldások teljes eszköztárának integrált alkalmazását demonstrálják. Jelenleg eltérő készütségi állapotban vannak, tényleges működésük számos elemzés és kritika tárgya. Továbbá nagy múltú és változatos környezeti, társadalmi és gazdasági helyzetű települések hoztak létre különböző okos közlekedési és közmű rendszereket, integrált városirányítási központokat (pl. Sao Paulo Braziliában az IBM közreműködésével), e-közigazgatási és szolgáltatási infrastruktúrákat, illetve olyan fejlesztési programokat, amelyekben az adatoknak és technológiai eszközöknek kiemelt szerepe van (DOBOS et al. 2015).

Európában is van több hasonló példa, habár az Európai Uniónak nincs átfogó Smart City szabályozása, de a terület kiemelt figyelmet élvez. A nagy keretprogramok jellemzően az energiahatékonyság, az erőforrás gazdálkodás, a gazdasági versenyképesség, az innováció és a közösségek bevonása, a kormányzás megújítása mentén alakultak ki. Ennek megfelelően a pályázati és fejlesztési források is ide kapcsolódnak. Az okos növekedéshez közvetlenül az Európai Innovációs Partnerség (EIP) Okos Városok és Közösségek programja kapcsolódik (Smart Cities and Communities, <http://ec.europa.eu/eip/smartcities/>).

Az Európai Unió programjai részben a piaci nyomás egyensúlyozását, részben a régióban zajló innováció, valamint a városok és a piaci szereplők együttműködésének előmozdítását célozzák meg. Ez utóbbi közvetlen célja az is, hogy az európai térségben zajló urbanizáció, illetve a városi környezetek fejlődése a világ legszínvonalasabb és leginkább fenntartható életterét hozza létre. Ezt célzott pályázati programok (Interreg), kutatási és együttműködési források (Horizon 2020, SETIS on Smart Cities, Urbact, EIP SCC), valamint együttműködési platformok (EuroCities, számos kisebb regionális és tematikus program) biztosítják.

Bécs jelenleg Európa egyik vezető kutatás és fejlesztés központja, ami jelentősen segíti az okos város projektek generálását. Ausztria K+F költségvetésének közel 35%-át Bécsben fektetik be, illetve a bécsi egyetemek évi 2,3 milliárd euró hozzáadott értéket generálnak. A város „Smart City Wien” kezdeményezése által indított projektek a legújabb technológiák alkalmazását támogatják, magas ökológiai sztenderdeket teljesítenek, nagy hangsúlyt helyeznek a szociális felelősségvállalásra (Fonds Sociales Wien), a lehető legtöbb lakos bevonását támogatják. A kidolgozott Smart City Wien Strategy talán legnagyobb előnye, hogy tisztán látható és elérendő konkrét célokat fektet le 2030-ig, illetve 2050-ig. A 2012-ben létrehozott Smart City Wien Agency feladata, hogy segítse a város átalakulását. Többek között hangsúlyt fektetnek a városi technológia- és kutatáspolitikai kidolgozására, illetve minél jobban igyekeznek bevonni a város használóit, a lakosságot, az ipart és a helyi vállalkozásokat Bécs városfejlesztésébe. A Smart City Wien Stakeholder Forum egy évente többször megrendezett konferencia. Fontos találkozóhelyet, bemutatkozási és kooperációs lehetőséget kínál a város fejlesztésében résztvevők számára. Minden

fórum egy aktuális, a város életével foglalkozó téma köré szerveződik és okos város tematikát érint (DOBOS et al. 2015).

Amszterdam okos város stratégiája az alulról jövő (*bottom-up*) kezdeményezéseket támogatja. A város igyekszik a gyakorlatból tanulni, ezért különböző karakterű negyedekben ún. Living Lab projektek indultak, amelyek a helyiek közreműködésével élő kísérleti területként működnek. Így tesztelik és tökéletesítik az egyes megoldásokat, és a bevált ötleteket már könnyebben tudják alkalmazni a város többi kerületében, illetve a világ más pontjain értékesíteni. Az ilyen projektek születésének legfőbb táptalaja az Amsterdam Smart City (ASC) innovációs platform. Az egyik legerősebb elem Amszterdam stratégiájában az átlátható, gyors és egyszerű kommunikáció a város használóival. Erre a célra külön honlap jött létre „iamsterdam” (<http://www.iamsterdam.com/en/>) néven, ahol hatékonyan lehet információt közölni és kapcsolatba lépni a látogatókkal, helyi lakosokkal és befektetőkkel. Az Amsterdam Smart City, röviden ASC (<http://amsterdamsmartcity.com/>) a város és vonzásokörzetének innovációs platformja. Lehetőséget nyújt az üzleti, lakossági, közigazgatási és tudományos szektoroknak, hogy innovatív ötleteket és megoldásokat keressenek a város problémáira. A nyílt platformon megjelenő projektekhez minden szférából lehetséges csatlakozni, ezzel segítik az innovációs együttműködések felpezsdítését. 2009 óta az ASC már több mint 91 projekt beindítását segítette és körülbelül 100 tagból álló aktív partneri körrel rendelkezik, akik a potenciális fejlesztésekben szakmai és befektetői részt tudnak vállalni. A platform segíti az üzleti és egyetemi kutatás-fejlesztési szférát, és a helyi hatóságok munkáját is. A program célja, hogy a tudás, a megfelelő kompetenciák és partnerek kiválasztásával és összekapcsolásával magasabb színvonalra emelje a város életét és új üzleti lehetőségeket hozzon létre (DOBOS et al. 2015).

Az utóbbi években a koppenhágai városvezetés számos lépést tett annak érdekében, hogy a város mindennapjainak szervezését smart megoldásokkal támogassa. Ezek a kezdeményezések forgalomirányítási megoldásokat, a levegőminőség monitoringját, nyílt városi adatokat (*open data*) és szórakoztató, informatív alkalmazásokat is tartalmaznak. 2014-ben a Copenhagen Solutions Lab elnyerte a „World Smart City Award”-ot a „Copenhagen Connecting” projektjéért. Koppenhága 2007-ben publikálta Eco-Metropolis vízióját. Ebben azt tűzte ki célul, hogy 2015-re úgy ismerjék, mint a világ legjobb urbánus környezetével rendelkező fővárost, amely egyúttal aktívan felelősséget vállal nem csak a saját, de a világszerte történő környezettudatossági fejlesztésekért. A város stratégiája 2014-ben elnyerte a European Green Capital díjat. Koppenhága Amszterdam „iamsterdam” platformjához hasonlóan létrehozott egy külön online kommunikációs felületet a városlakók és a városba látogatók informálására. A <http://www.international.kk.dk> kifejezetten az új lakosok számára készült honlap, amely a város infrastruktúráját jeleníti meg és teszi könnyen elérhetővé bárki számára a következő kategóriákra bontva: élet (*live*), munka (*work*), tanulmányok (*study*), üzleti világ (*business*) és beköltözés (*moving to*). A Copenhagen Solutions Lab a város Smart City megoldásokkal foglalkozó irányító szervezete, amely a felmerülő innovációs projektekben játszik összekötő és indikátor szerepet. Szoros együttműködésben dolgozik Koppenhága tudásintézményeivel és vállalkozásaival, csakúgy, mint a helyi lakosokkal (DOBOS et al. 2015).

Nantes, a jelenleg 900 ezres lélekszámú francia város lakossága az elmúlt években dinamikus növekedési pályára lépett. A cél az, hogy a demográfiai növekedés mellett javuljon a városi élet minősége. Az okos város projekt az Île de Nantes városrészben valósul meg. A három akcióterület: egy új kis városrész építése megújuló energiára épülő új, intelligens épületekkel, intelligens közvilágítási, illetve forgalomszervezési rendszerrel stb.; egy előregedett kis városrész épületeinek energiatakarékos átalakítása okos szolgáltatások telepítésével; az egész városrészben intelligens közlekedés (20 e-busz és töltőhálózat 80 állomással), okos mérők és intelligens szabályozás minden épületben, integrált városi adatplatform (*Urban Data Platform*) létrehozása (KOVÁCS 2019).

Hamburg Németország második legnagyobb városa, és az agglomerációját is figyelembe véve európai léptékkal is a kiemelt nagyvárosok közé tartozik. Nantes-hoz hasonlóan dinamikusan növekszik, lélekszáma megközelíti az 5 millió főt. A fő cél az IKT-alapú okos megoldások révén az ipari nagyvárost környezetbarát, kulturális, élhető várossá tenni. Az 59 akcióból álló projekt három területen valósul meg. Ezek Nantes-hoz hasonlóan 1400 lakásból álló új okos kisváros építése, ahol kiépítik az okos szolgáltatások hálózati és eszközrendszerét (például szenzorok); ahol városrész-rehabilitációs program keretében felújítják az elöregedett épületeket és megújuló forrásokra épülő közös, okos energiaellátó központot és hálózatot alakítanak ki; ahol okos közlekedési rendszert alakítanak ki az egész városrészben, s ezen belül megvalósítanak egy „e-közlekedésű” kis városrészt, ahol kizárólag megújuló energiára épülő ellátóhálózat biztosítja az első etapban 10 e-busz, 40 e-autó és 50 e-bicikli töltését (KOVÁCS 2019).

Barcelona, 2014-ben elnyerte Európa leginnovatívabb városa címet, s otthont ad az okosváros-megoldások évente megrendezett legnagyobb európai „vásárának”. A projektben részt vevő kerület egy sokfunkciós ipari, oktatási, kutatási, illetve lakó- és zöldövezetkből álló városrész. A három nagy beavatkozási terület mellett érdemes külön kiemelni az elektromos járműközlekedést támogató programelemeket, valamint a „zöld ház” programot, amelynek keretében létrehoznak zéró, sőt – saját megújuló energia-termelő központok segítségével – pozitív energiaegyenlegű épületeket (KOVÁCS 2019).

Austin az Egyesült Államok egyik leggyorsabban növekvő városaként aktív tervezéssel, adatgyűjtő központokkal és közlekedésautomatizálással „okosodik”. Alapértékei a fenntarthatóság, a társadalmi igazságosság, a gazdasági lehetőségek jelentősége és a kreativitás kiaknázása. A városvezetés a városlakó közösségek és a magánszektor cégeinek igényeit figyelembe veszi és vezetési jogköröket rendel hozzájuk. A sikereket és a kudarokat egyaránt dokumentálják. Tudásközpontok létrehozása, a vállalkozási kultúra támogatása, a közmeghallgatásra alkalmas közösségi média bevonása, a kulturális javak és szolgáltatások kiaknázása meghatározó. Az adatvezérelt gondolkodást a Data Rodeo nyílt adatportál teszi lehetővé, bevonva a köz-, a magán- és a non-profit forrásokat. A beáramló adatokhoz ultragyors internetkapcsolatot és szignifikáns wifi-elérést tesznek lehetővé. Edukációs programjukban önkéntes okos város nagykövetek vesznek részt. A kormány és a városvezetés az IoT eszközök mellett olyan feltörekvő technológiák alkalmazását is célul tűzte ki, mint a drónok és a robotok a tűzoltóság munkájában vagy keresési és mentési helyzetekben (FEHÉR 2017).

Hong Kongban a TechConnect program keretében a kormányzati szerveket intenzívebben vonják be a technológia használatába – növelve a közszolgáltatások minőségét és hatékonyságát. Az elektromos és önvezető járműforgalom, a buszmegállóba épített légtisztító berendezések, a Hong Kongs Octopus Card újratölthető chipkártya a tömegközlekedéshez és az integrált kereskedelmi fizetési módhoz kiemelt hangsúlyt kap. Emellett a humán tőke és a munkaerőpiac vonzereje, a vállalkozások és a versenyképességet növelő kísérletek állnak előtérben. A végső cél a városi jóllét, a szervezettség, az inspiráló környezet és a kényelem érzete a városlakók számára (FEHÉR 2017).

Magyarországon az elmúlt évtizedben számos városban valósultak meg okos város témájú fejlesztések. Ezek többnyire a forrásallokáció miatt kerültek ebbe a kategóriába, más esetekben egyedi beruházásként, ritkábban pedig komplexebb célok mentén jöttek létre, elsősorban a közműfejlesztések, energetika, közlekedés és lakossági szolgáltatások, fogyasztói mérés területein (RAB – SZEMEREY 2016).

Ezen a területen Magyarország régiós viszonylatban élen jár, mivel már 2015-ben elindult az országos koordinációs munka. Az eddig bemutatott fejlesztések, mint például a Lechner Tudásközpont által fejlesztett Okos Város Fejlesztési Modell és Városértékelési és Monitoring Rendszer iránt nagy az érdeklődés. Kiemelhető az okos Budapest projekt (Smart Budapest, Budapest okos város jövőképe, [www.budapest2024.org](http://www.budapest2024.org)), melynek egyik célja a kutatással,

fejlesztéssel és innovációval foglalkozó cégek arányának növelése. Nemzetközi konferenciák, workshopok szervezésével a kreatív ötletek Budapestre hozhatók, a startup-ok ki tudnak lépni a külföldi piacokra. Fontos, hogy a városmarketing eszközeivel Budapest fejlődésének eredményei világosan láthatóvá váljanak és nemzetközi közegben is célhoz érjenek

Szerbiában, akárcsak Magyarországon is több város tett lépéseket az okos város fejlesztések felé. Ezek leginkább a smart city világviszonylatban is leggyakrabban felmerülő fejlesztési irányvonalai, mint például a közlekedés optimalizálása és a dugók elkerülése, a közbiztonság fenntartása és javítása, az okos közvilágítás és energiahatékonyságt, továbbá a polgárok bevonása a döntéshozatalba és a keletkező adatvagyon nyilvános megosztása. A következő fejezetben Újvidék város néhány okos megoldása lesz bemutatva, melyek nagyban át tudták formálni a városimázsát és általában a városmarketing egy új dimenzióját nyitották meg, így Újvidék úgy pozicionálja magát mint a régió kiemelkedő okos városa.

## 5. Újvidék okos város megoldásai

Újvidék (Novi Sad) a Vajdaság Autonóm Tartomány székvárosa, Szerbia második legnagyobb városa a főváros, Belgrád után. Vajdaság 1,9 milliós lakosságának közel egynegyede él itt, lakosainak száma a környező településekkel együtt, a 2011-es népszámlálás adatai szerint 341 625 fő. A rohamos városfejlődésnek és a pozitív demográfiai mutatóknak köszönhetően a lakosság száma manapság elérte a 400.000-et.

Újvidék ma a szerbiai ipar és pénzügyek egyik legfontosabb központja, valamint Vajdaság egyetemi, tudományos, oktatási, egészségügyi, politikai és közigazgatási központja. Sok hazai és nemzetközi ipari, kulturális, tudományos és sportrendezvénynek a házigazdája, valamint a múzeumok, galériák, könyvtárak, színházak és mozik városa. A városban három színház, négy mozi, négy múzeum, számos galéria és könyvtár működik.

2016. október 13-án Brüsszelben döntés született arról, hogy Újvidék lesz Európa kulturális fővárosa 2021-ben. Az Újvidék 2021 projektumot egy kultúrafejlesztési platformként és a város kreatív potenciáljának megmutatásaként gondolták ki, amelynek az a célja, hogy megerősítse a város kulturális vitalitását, lehetővé tegye a város megújulását, s javítsa Újvidék nemzetközi tekintélyét és turisztikai kínálatát. Az Európa kulturális főváros címnek hatalmas jelentősége van a város népszerűsítésében és márkaépítésében, teljesen átalakítva a várost nemcsak kulturális értelemben, hanem társadalmi-gazdasági tekintetben is.

A „okosodás” irányába elinduló városok el kell hogy fogadják a Smart City koncepció lényegét, annak megvalósítását segítő nemzetközi kezdeményezések széles körét, majd a Smart City kulcsterületeinek fejlesztési irányvonalát. Ezt tette Újvidék is, így az okos megoldások kulcsterületei kiterjednek a közlekedésre, az energiafelhasználásra, a városi környezetre, az életvitelre, a városigazgatásra és ezek infokommunikációs hátterére.

Újvidék város önkormányzatának kötelékébe tartozó Gazdaságfejlesztési iroda irányítja a város Smart City törekvéseit. Az okos város projektek 2008-ban vették kezdetüket, azóta 5 millió euró értékű fejlesztések történtek az iroda közvetítésével. Ezek a projektek főleg az információs technológiákban érdekelt vállalatokkal közösen lettek kivitelezve. A városban jelenleg 110 ilyen cég működik, több ezer dolgozóval, az éves bevételük pedig meghaladja a 100 millió eurót. Az egyik legnagyobb partner az Ericsson cég volt, mely számítógépes és mobil applikációk fejlesztésében vett rész a hatékonyabb városi önkormányzat és a lakossággal való kommunikáció terén, továbbá a közlekedési és légszennyezési problémák orvoslása terén. A városban 20.000 szenzor elhelyezése van folyamatban, melyek különböző információk (pl. lég- és zajszennyezés) begyűjtésére szolgálnak majd. A másik jelentős partner a DunavNet vállalat, mely az Internet of Things (a dolgok internete, azaz a hálózatba kötött „intelligens” eszközök) terén tevékenykedik. A városi Gazdaságfejlesztési irodával közösen dolgoznak a WeLive elnevezésű projekten, amely

számos Smart megoldást tartalmaz, a közlekedéstől, a közbiztonsáig. Nemzetközi konferenciát is szerveztek nemrég, ahol be lettek mutatva az eddig megvalósított és a tervben lévő projektek. Jelentős az együttműködés az önkormányzat és az egyetemek között is.

Az Újvidéki Egyetem a 14 Karával, és több mint 30.000 hallgatójával az egyik legnagyobb a térségben, a városban néhány magánegyetem is működik. A felsőoktatási intézményekkel együttműködve több Smart projekt lett megvalósítva az elmúlt években, mint például: a CLIPS elnevezésű projektumoknak az a célja, hogy a városi köztisztviselők által nyújtott szolgáltatások az interneten is elérhetőek legyenek, mindenki online fizethesse a számláit. A MojNS program segítségével a polgárok hasznos helyi információkhoz juthatnak majd. A WeLive egy olyan projektum, amely a közigazgatást mobil városi szolgáltatásokkal működtetné, a kidolgozásában pedig a polgárok vennének részt. A rendszernek köszönhetően sokkal átláthatóbbá válhat a közigazgatási szervek munkája, a polgárok pedig aktív résztvevői lehetnek a közigazgatásnak. A SocIoTal a fejlesztők számára készül, amelynek segítségével könnyebben alakíthatnak ki olyan programokat, amelyek megkönnyíték az önkormányzati szolgáltatások működését. A MobiWallet (Digitális pénztárca) a Városi Közlekedési Köztisztviselő-támogatásával készült, a modern IT-technológián alapszik és GPS segítségével működik. Használata megkönnyíti a városi közlekedés működését, segítségével interneten is vásárolható menetjegy, és olyan információkat nyújt, amelyeknek köszönhetően megtudható, meddig kell várni egy-egy autóbuszra, hol van pillanatnyilag torlódás a városi közlekedésben, továbbá hasznos idegenforgalmi útmutatókkal is rendelkezik.

Újvidék város fejlesztési irányvonala a 2015-ben készült városfejlesztési stratégiában lett felvázolva (Újvidék város Fenntartható fejlődési stratégiája, 2015.), mely tartalmaz több okos megoldást is. A stratégiában felvázolt fejlesztések egy része már el is készült. A város új stratégiájának kidolgozása folyamatban van, várhatóan még több okos fejlesztési irányvonal lesz előlátva benne.

Néhány okos város fejlesztési irányvonal Újvidéken:

**Smart hulladékkezelés** – A városban tíz éve működik a hulladékok szelektív gyűjtése, újrahasznosítása, illetve a hulladékok további felhasználhatóságának elemzése (pl. energiatermelés, papírgyártás). Meg kell említeni a szennyvízkezelés hatékonyságának növelését is Újvidéken, illetve a kórházi és ipari szennyvizek célzott kezelését. Ennek fontos példája a kezelt szennyvizekben előforduló, környezetre és az emberre kockázatot jelentő mikro-szennyezőanyagok hatékony és célzott eltávolítása speciális szűrőrendszerek alkalmazásával.

**Smart épületek** – A fenntarthatósági elveket szem előtt tartva a városi fejlesztések és intézkedések különösen a közlekedés és az energiahatékonyság területén jelentősek. Ide tartozik az energiatudatos épületek, a városi szoláris parkok, napelemparkok telepítése, mely a környezeti lábnyom csökkentése érdekében történik. Az energiatudatos smart megoldások közé tartozik az aktuális meteorológia és fényviszony alapján automatizált smart épület/otthon/iroda, magában foglalva a redőnyvezérlést, világításvezérlést, fűtésvezérlést, hűtésvezérlést, szellőztető rendszert (pl. napsütés esetén redőny automatikus felhúzása, fűtés kikapcsolása). A rendszer figyelemmel követheti az épületben lakók és dolgozók szokásait. Az éjjeli szellőztetés és nappali árnyékolás jelentős légkondicionálási költséget takaríthat meg. Több ilyen épület épült a városban az elmúlt években.

**Smart közlekedés** és az elektromos járművek – A részben, vagy tisztán elektromos hajtású járművek napjainkban elterjedőben vannak, és a jövő városaiban kiemelten fontos szerepet kapnak. Habár megvásárlási költségük jelenleg még magasabb, üzemeltetésük olcsóbb, és ami még fontosabb előny, jelentős javulást eredményeznek a károsanyag-kibocsátás és a zajszennyezés terén. Ennek megfelelően mind a személyi, mind a tömegközlekedés terén jelentős fejlesztési

potenciált hordoznak. A városban több helyen töltőállomás épült az elektromos járművek számára. Újvidék város önkormányzata 2016-ban kezdeményezte a tömegközlekedés okos tervének kidolgozását annak érdekében, hogy a városi közlekedést modernizálják, és hogy ilyen módon megkönnyítsék a polgárok mindennapjait. A közlekedési hálózatot olyan irányban fejlesztik azóta, hogy az megközelítse az európai városok szintjét. A Smart city elképzelés megvalósításához nélkülözhetetlen a közlekedésbiztonság fejlesztése, valamint a közlekedési dugók csökkentése is. Amikor 2016-ban megalakult a városi tanács Smart city kérdéseivel foglalkozó csoportja, lépésről lépésre keresnek megoldásokat a városi tanács közlekedéssel és úthálózat-fejlesztéssel megbízott tagjaival a városi közlekedés legégetőbb problémáira. Ez a projekt a „Smart plan” nevet viseli. A projekt keretén belül az Újvidéki Egyetem Műszaki Karának Közlekedési Tanszékével együttműködve alapos kutatást végeztek az újvidéki közlekedés jelenlegi állapotáról. A kutatásokból kiderült, hogy 2009-hez képest 6 százalékkal nőtt a személygépkocsik használata, a kerékpárhasználat pedig 8 százalékkal nagyobb az előző adatokhoz képest, ami pozitív folyamat. A városi tömegközlekedésben használt autóbuszok lecserelése folyamatosan történik. A korszerűbb autóbuszok kevesebb légszennyezéssel működnek, az elektromos autóbuszok beszerzése is hamarosan megkezdődik. Már néhány éve működik az ingyenesen letölthető mobil applikáció, mely lehetővé teszi hogy az utasok valós időben követni tudják az autóbuszok közlekedését, a várakozási időt és a buszok megérkezését pontosan le tudják követni. A városban működő taxi szolgáltatók is áttértek a mobil technológiára, a járműveket mobil applikáción keresztül lehet hívni és ugyanezen a programon követni a jármű útvonalát, az érkezési időt, a forgalmi dugókat stb.

**Smart parking rendszer** – számos nagyvárosban, így Újvidéken is komoly problémát jelent a parkolóhelyek kezelése, biztosítása. A városi logisztika, a vegyes összetételű forgalom (kerékpárok, elektromos és hagyományos személyautók, stb. forgalma) eltérő és változó igényeket támaszt. A parkolóhelyek jelzésére, biztosítására és a foglaltság felmérésére széles körben lehet fejlesztéseket végezni az igényeknek megfelelően. Újvidék esetében egy mobil applikáció lett kifejlesztve, melyen keresztül megfizethető a parkolási díj (a város fizetős parkolói három zónára lettek osztva eltérő díjszabással). A program következő fejlesztési szakaszában követhetők lesznek a szabad parkolóhelyek, amelyekhez az útvonal is ki lesz jelölve (GPS navigálási lehetőséggel). Ugyanakkor a városban több helyen, nagyobb parkolók közelében kijelző táblák vannak elhelyezve, melyek az üres parkolóhelyekről adnak tájékoztatást, hasonlóan több bevásárlóközpont parkolójában is működik ilyen rendszer.

**Közösségi (smart) kerékpárrendszer** – a világ számos nagyvárosában sikerrel alakítottak ki közösségi használatú kerékpár kölcsönző szolgáltatást. Néhány éve Újvidéken is működik ilyen rendszer. A növekvő kerékpárforgalomra válaszul a városban több helyen lett kialakítva nyilvános kerékpár parkoló, amelyek biztonsági kamerákkal vannak felszerelve. A rendszer működését internetes és mobil applikációk támogatják.

**Smart biztonsági és monitoring rendszer** – Távolról is megfigyelhető és vezérelhető biztonsági rendszerek (automatikus rendőrségi riasztással) már több helyen működnek a városban. Ezek hálózatra csatlakoztatható, sötétben is kiváló minőségű képet adó rendszerek, melyek mozgásérzékelőre kötve csak akkor rögzítik a képet, amennyiben mozgást vagy valamilyen eseményt észlelnek. A város számos pontján vannak elhelyezve ilyen kamerák, többek között a forgalmas útkereszteződéseknél.

**Wi-Fi lefedettség** – A város területén több helyen köztéri Wi-Fi található ingyenes hozzáféréssel. Az internet hozzáférés, mint Smart City alapszolgáltatás mindinkább követelménnyé válik. A folyamatos, jó minőségű internet hozzáférés nélkülözhetetlen eleme a hétköznapi életnek és a Smart City koncepciónak. Amennyiben költséges vagy nem megfelelő minőségű a lakosság internet hozzáférése, az gátat szab a Smart City megoldásoknak. A megfelelő lefedettség és

sávszélesség elérése érdekében Wi-Fi hot-spotokat helyeznek el városszerte. Például tereken, kulturális és sportközpontokban, reklámhordozókban, tömegközlekedési eszközökön, buszmegállóknak, stb. Újvidéken ennek jelentőségét felismerte a városvezetés, így folyamatosan növekszik a hot-spotok száma.

**Smart turizmus** – Számos városban elérhető a mobiltelefonra készített, és kiterjesztett valóság alapú turisztikai útmutató szolgáltatások. Újvidéken is készült ilyen mobil applikáció, mely a turizmus fellendítése és a látogatói élmény fokozása érdekét szolgálja. A program megmutatja a gyakran látogatott helyek lokációját, azokról a bővebb információt ad, útvonalakat ajánl a rendelkezési idő függvényében, teljeskörű, testreszabott e-idegenvezetést biztosít. A városban több helyen, különböző ismertebb épületeken QR kódok vannak elhelyezve, melyeket beolvasva a látogatók az adott épületről információkat, érdekességeket kapnak mobiltelefonjukon.

**Smart kultúra** – A városban működő színházak, mozik, múzeumok saját weboldallal és Facebook, Twitter és Instagram oldallal rendelkeznek, illetve készült letölthető mobil applikáció is, mely segítségével az okostelefonról is követhetők az információk, hírek, események, továbbá jegyfoglalási lehetőség is van. A színházak, mozik esetében a program segítségével az előadásokról és filmekről előzetes felvételek láthatóak.

**Smart városvezetés, menedzsment, E-kormányzás** – A városok élhetőbbé tételéhez és működtetéséhez kiemelten fontos, hogy a városvezetés modern, innovatív informatikai megoldásokat alkalmazzon, továbbá szorosan együttműködjön a lakossággal, így módon együtt tegyék jobbá, okosabbá, biztonságosabbá a városi környezetüket. Az okos város koncepció az emberi tőkében is változásokat követel, így a városvezetés szemlélete egyre inkább az innovációk, újítások irányába kell hogy eltolódjon, mindez egy élhetőbb várost fog eredményezni, ösztönzi a fenntartható gazdasági fejlődést, és növeli az életszínvonalat, miközben a természeti erőforrásokat megfelelően kezeli. Újvidék esetében az okos város szemlélet 2008-ban vette kezdetét amikor a Gazdaságfejlesztési iroda több Smart City projektet is kezdeményezett. Amikor 2016-ban megalakult a városi tanács Smart city kérdéseivel foglalkozó csoportja újabb lendületet kapott az okos város fejlesztési irányzat. Fontos megemlíteni a nemrég működésbe lépett interneten keresztül követhető adóhátralék, mely elérhető a polgároknak és a vállalkozásoknak is. Az állam és a Köztársasági Adóhivatal közös projektuma értelmében 2019. január 1-jétől az adófizető polgárok és a vállalkozások az interneten betekintést nyerhetnek adóhátralékuk alakulásába. Az eljárás igen egyszerű, az adófizető polgárnak a honlap megnyitása után csupán a személyazonossági számát kell begépelnie, a vállalkozások esetében pedig a cég adóazonosító számát kéri a rendszer. Egy központi, az amerikai Oracle adatbáziskezelő társaság programja szerinti rendszerezi az ország mind a 145 önkormányzatának adatait. A 145 önkormányzati adóhivatal információs rendszereinek központosításával a lakosok már nem a községi adóhivatalban érdeklődnek adóhátralékuk felől, hanem ezt egy kattintással elérhetik. Az országos adatbázisban megtalálható a lakosság névjegyzéke a kiadott személyi igazolványok számával és a lakcímeikkel együtt, és ezt a rendszert az állami szervek használják egymás közötti ügyintézésük és kommunikációjuk során. Az adatbázis különös tekintettel a pénzügyminisztérium hatáskörébe tartozó intézmények, a kincstári igazgatóság, az adóhivatal, a pénzmossást megelőző igazgatóság, a rokkant- és nyugdíj-biztosítási alap, és a kataszteri hivatal munkájának könnyítését is szolgálják majd.

**Smart vállalkozásfejlesztés** – Több szempontból is a gazdasági tényező az egyik legfontosabb befolyásolója a Smart City rendszerének. Az innovációkra, tudás alapú társadalomra építkező városok esetében a gazdaság teljesítőképessége kulcsszerepet játszik, mind az eredményesség mérésében, mind a technológiai szükségletek finanszírozásában. A smart gazdaság alapja a produktivitás, az új, fejlődő iparágak befogadása. Alapja a szakképzett munkaerő biztosítása, a munkaerőpiac legnagyobb fokú flexibilitásának megteremtése. Újvidék esetében a tudásközpontok, start-up-ok, KKV-k támogatása évek óta jelentős. A városban működik Start It

Center is, mely egyfajta inkubátorház szerepet kapott, az innovatív-kreatív kezdő vállalatok támogatására.

### **Következtetések**

Az urbanizáció trendje dinamikusan terjed világszerte. A növekvő forgalmi dugók, a légszennyezés, a közbiztonság kérdése stb. a városok élhetőségét veszélyeztetik és egyben aláássák a versenyképességét. Minderre a Smart City koncepció igyekszik megoldást találni, amit több város már felismert világszerte, többek között Újvidék is.

A Smart City fejlesztések és programok az egész városműködést érintik, ezeknek a fejlesztéseknek komoly marketing értékük és hatásuk van. Az okos város programok a városok meghatározó területeire nyújtanak korszerű megoldásokat, hozzájárulva a város gazdasági-társadalmi vonzerejének, versenyképességének és imázsának javításához. Számos város marketing stratégiájába beépítette az okos város megoldások bemutatását és ezáltal olyan városmárkát igyekszik kialakítani mely a turisták, befektetők, munkavállalók és nem utolsósorban a helyi lakosság számára egy teljesen új városimázst formál meg.

A tanulmányban felsorolt smart projektek és fejlesztési irányok egy új városimázs kialakításához járultak hozzá, így Újvidék már úgy pozicionálja magát mint a régió okos központja. A városvezetés több új okos projektet indít a közeljövőben, együttműködve az oktatási, kutatási és magánszférával. A város nemrég bemutatott új fejlesztési stratégiájában is kiemelt helyen vannak az okos projektek. Fontos megemlíteni, hogy az okos város nem cél, hanem eszköz az összehangolt városfejlesztés érdekében. Cél a környezeti, társadalmi és gazdasági szempontból is fenntartható, élhető város a modern technológia adta lehetőségek felhasználásával.

Nem mellékes, hogy az okos város fejlesztések mentén, a marketingeszközök és technikák is változnak, fejlődnek, azok is egyre inkább digitális és „okos” formát öltenek, de ez már egy másik tanulmány témája lesz.

### **Irodalomjegyzék**

ANTTIROIKO, A. (2014): *The political economy of city branding*. Routledge, New York.

BENEDEK, I. (2017): Helymárkázás: értelmezések, alapfogalmak és aktuális nézetek. *Pro Minoritate*, 2017(4): pp. 39-47

DOBOS, K. – KULCSÁR, S. – NAGY, P. – SIK, A. – SZEMEREY, S. – VASVÁRINÉ MENYHÁRT, É. (2015): *Smart City tudásplatform*. Lechner Nonprofit Kft., Budapest.

FEHÉR, K. (2017): Okos város: trendtémák és koncepciók. *Információs Társadalom*, 17(4): pp. 25-38. DOI: 10.22503/inftars.XVII.2017.4.2

HALL, R. (2000): *The vision of a Smart City*. In: Proceedings of the 2nd International Life Extension Technology Workshop, Paris.

HARRISON, C. – ECKMAN, B. – HAMILTON, R. – HARTSWICK, P. – KALAGNANAM, J. – PARASZCZAK, J. – WILLIAMS, P. (2010): Foundations for Smarter Cities. *IBM Journal of Research and Development*, 54(4): pp. 1-16.

KOVÁCS, K. (2019): *Okos városok és az okos közszolgáltatás és városfejlesztés*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest.

LEW, A. (2001): Place promotion, boosterism and tourism. *Tourism Geographies*, 3(3): pp. 247-248.

- NAGY, J. (2015): A városmarketing és a gazdasági szerkezetváltás összefüggései Manchesterben. *Tér és Társadalom*, 29(4): pp. 97-115.
- PAPP-VÁRY, Á. (2011): *Hogyan lesz a településből márka - a városmárkázás alapjai, Beszédék könyve polgármestereknek*. Raabe tanácsadó és kiadó, Budapest.
- PAPP-VÁRY, Á. - VAS, M. (2020): Helymárkázás vs. helymarketing – melyik micsoda? *Márkamonitor*: pp. 50-52
- RAB, J. - SZEMEREY, S. (2016): Az Okos Város Fejlesztési Modellről. *Információs Társadalom*, 16(3): pp. 146-156. DOI: 10.22503/inftars.XVI.2016.3.7
- Smart Budapest, Budapest okos város jövőképe, Budapest 2024 Nonprofit Zrt. [www.budapest2024.org](http://www.budapest2024.org)
- Smarter Cities for Smarter Growth, IBM Intitute for Business Value, 2010.
- Strategic Opportunity Analysis of the Global Smart City Market, Frost & Sullivan, 2013.
- Z. KARVALICS, L. (2016): Okos városok: a dekonstrukciótól a hiperkonstrukcióig, *Információs Társadalom*, 16(3): pp. 9-22. DOI: 10.22503/inftars.XVI.2016.3.1
- Újvidék város Fenntartható fejlődési stratégiája, 2015.

# ASSESSMENT OF THE ADAPTATION OF TOURISM SUPPLY OF CULTURAL HERITAGE OBJECTS FOR THE ELDERLY IN THE CONTEXT OF ACCESSIBLE TOURISM. CASE STUDIES FROM POLAND

*Łukasz Szał – Weronika Terlecka – Alina Zajadacz – Aleksandra Minkwitz – Anna Lubarska*

*Faculty of Geographical and Geological Sciences, Adam Mickiewicz University in Poznan,  
Poland; [alina.zajadacz@amu.edu.pl](mailto:alina.zajadacz@amu.edu.pl)*

*DOI: 10.15170/TVT.2021.06.03.08.*

## **Abstract**

The aim of the research was to define the criteria for assessing the availability of tourist attractions for elderly people and to check the adaptation of tourist attractions in terms of these requirements on a selected example. Testing the developed criteria in selected facilities allowed for their verification, taking into account the opinions of older people. Consequently, the developed criteria for assessing the availability of tourist attractions for the elderly have become the basis for the preparation of an audit covering cultural heritage sites that are part of one of the historically oldest tourist routes in Poland (the Piast Route). The article presents the results of the research in the methodological aspect, including the catalog of criteria for assessing the availability of tourist attractions for the elderly, as well as in the cognitive aspect, the results of the audit carried out on the basis of this catalog in 2019 in 32 facilities located in the Greater Poland part of the Piast Trail. These results provide the basis for a comprehensive assessment of the adaptation of tourist attractions to the needs of the elderly. They also show the status of meeting the requirements in this respect in selected facilities. In addition, the final conclusions may become a starting point for further research, including, in addition to cultural attractions, also diverse natural tourist attractions.

*Keywords: accessible tourism, tourism supply, tourism attractions, tourist attraction, cultural heritage*

## **Absztrakt**

A kutatás célja az volt, hogy felmérje, a turisztikai vonzerők idősek számára való hozzáférhetővé tételének mik a feltételei, illetve hogy egy kiválasztott példán keresztül megvizsgálja, mennyire alkalmazkodnak a turisztikai vonzerők ezekhez a feltételekhez. A megfogalmazott kritériumok kiválasztott létesítményeknél történő tesztelése lehetővé tette azok igazolását, figyelembe véve idős emberek véleményét is. Ennek köszönhetően a turisztikai vonzerők idősek számára való hozzáférhetővé tételére kidolgozott feltételek alapján egy felmérés készült, amely a történelmileg egyik legrégebb lengyelországi turistaút (a Piast Út) kulturális örökség helyszíneire terjedt ki. A tanulmány a kutatás eredményeit mutatja be módszertani szempontból, benne a vonzerőket idősek számára elérhetővé tevő feltételek tételes felsorolását, valamint a kognitív szempontokat, az említett feltétel-lista alapján 2019-ben 32, a Piast Útnak a nagy-lengyelország régióbeli helyszínein végzett felmérés eredményeit. Ezen eredmények alapján széles körűen felmérhető, hogy az egyes turisztikai vonzerők mennyire igyekeznek megfelelni az idős utazók igényeinek. Az is láthatóvá válik, hogy a kiválasztott létesítmények jelen állapotukban mennyire felelnek meg ezeknek a feltételeknek. Ezen túl a levont következtetések további kutatások alapjául szolgálhatnak, amelyek a kulturális vonzerők mellett a különböző természeti vonzerőkre is kiterjedhetnek.

*Kulcsszavak: akadálymentes turizmus, turisztikai kínálat, turisztikai vonzerők, kulturális örökség*

## Introduction

The ongoing and projected demographic changes related to the aging of the population affect many areas, including tourism. Issues related to access to this type of recreation for the elderly are becoming more and more important. The individual needs of seniors, but also other groups that require various types of adaptation, are met by accessible tourism. According to its concept, emphasis is placed on designing tourism spaces in a universal manner, taking into account the determinants of tourism activity of many groups (ZAJADACZ – STROIK 2016). Accessible tourism is both a human right and a business opportunity” (UNWTO 2018).<sup>11</sup>

In the case of an attempt to assess the adaptation of tourist attractions in terms of these needs, the selection of evaluation criteria becomes of key importance. The problem of their determination is related to both the heterogeneous nature of the group of seniors and tourist attractions. This makes it necessary to develop a list of evaluation criteria adequate to the specificity of the assessed attractions and taking into account a wide spectrum of the needs of elderly people.

The aim of the research was to define the criteria for assessing the availability of tourist attractions for elderly people and to check the adaptation of tourist attractions in terms of these requirements on a selected example. Testing the developed criteria in selected facilities allowed for their verification, taking into account the opinions of older people. As a result, the developed criteria for assessing the availability of tourist attractions for the elderly have become the basis for the preparation of an audit covering cultural heritage sites that are part of one of the historically oldest tourist routes in Poland (the Piast Route).

## The review of the literature

The number of people over the age of sixty surpassed the number of people under the age of five in the world for the first time in 2000, which indicates that even in countries with high natural increase, the population is aging (VIGOLO 2017). In the European Union alone, the elderly (between 55 and 80 years old) account for about 25% of the population (RAPORT 2012). In 2060, as many as 12% of the world's population will be people over 80, and 29% - people over 65 (TRACZ – DRAL 2019). The quoted data, in addition to confirming the already visible demographic trend, show a diverse approach to the age limit from which we can talk about older people, as well as heterogeneity within their group.

Due to a number of factors, there are currently two main groups of elderly people, the so-called The Silent Generation, born 1925-1945 and Baby Boomers born 1946-1964 as children of the post-war baby boomers. The oldest representatives of the first group are now over 90 years old, while the second group is not only younger, but to a large extent also more agile, wealthier, better educated, they have a greater desire for novelty and authentic experiences than previous generations of retirees (LEHTO et al. 2008, PATTERSON – PEGG 2009, VIGOLO 2017). The group of seniors is diverse not only in terms of physical functioning, but also intellectual performance (MARCINEK 2007).

From the perspective of the tourism industry, seniors constitute a difficult group of potential travelers, also due to their tourist choices, which is facilitated by the fact that they rely on their own previous experiences, their own searches (in the press or new media), or on the recommendation of friends. Nevertheless, it has great potential (DANN 2002). According to JOANNA ŚNIADEK (2006), the main reasons why this group may be attractive for the tourism industry include: (1) the unusual dynamics of growth of the seniors market; (2) a large amount of free time to be managed;

---

<sup>11</sup> Messages of the World Committee on Tourism Ethics on Accessible Tourism  
<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/wctemessagesonaccessibletourism.pdf>.

(3) relatively high wealth and purchasing power; (4) willingness to maintain good health and physical condition, which is what tourism is for; (5) willingness to reward oneself for a life of sacrifice, turning to self-development and self-pleasure; (6) willingness to travel outside the tourist season; (7) social reasons.

In response to the occurring and forecasted demographic changes, Polish authors take up a number of issues related to the tourist movement of older people, most often in connection and with examples of specific tourism spaces, e.g. selected cities, national parks or health resorts. So far, the following issues have become the subject of interest of researchers and theorists:

- rules for safe tourism in old age: indications and contraindications for tourism proposed by Łobożewicz (ŁOBOŻEWICZ 2000), Pilis rules (2010) based on LANG's guidelines (1974);
- factors influencing the tourist activity of seniors (GŁĄBIŃSKI 2020, GŁĄBIŃSKI 2018);
- forms of tourist activity most often undertaken by seniors (KUPRANOWICZ 2005; ŁOBOŻEWICZ 2000) and their tourist preferences (GÓRNA 2015)
- reasons for the elderly taking up tourist activity in Polish national parks and the forms it takes (PRÓSZYŃSKA-BORDAS 2013)
- free time of seniors (GOSIK 2017, RZEPKO et al. 2017).

As part of the last of the discussed issues, it is worth mentioning the very up-to-date research related to the topic of free time behavior and the changes brought about by the Covid-19 pandemic. In the qualitative survey conducted in December 2020 on a group of 71 residents of the largest Polish cities, respondents aged over 50 accounted for approx. 44% (31 people). Changes in this area were tracked on the basis of interviews based on an extensive questionnaire and completed by the participants of the weekly self-report sheets of leisure activities. The structure of the questions asked during the study made it possible to answer the question of how the pandemic influenced not only the daily rest of the elderly, but also the decisions to spend free time away from home during weekends and in the summer (ZAJADACZ 2021)<sup>12</sup>.

From the perspective of these considerations, however, the most important publications concern the adaptation of the tourist offer to the needs of older people. It is therefore worth mentioning the research conducted by the Ministry of Sport and Tourism (2011) and ZAWADKA (2016), concerning the importance of amenities in accommodation establishments. In the study of the 2011 study, it was found that as many as 82% of respondents indicated a bathroom in a room as the most needed facility in this type of facility, 68% of respondents opted for full board, and health care was chosen by 67% of respondents (the questionnaire allowed for more than one answer to question posed). The bicycle rental (44%), facilities for people with mobility impairments (42%), air-conditioning in the room (42%), restaurant / bar (41%), and an elevator (39%) were also considered important from the point of view of a senior citizen. On the other hand, in the study conducted by ZAWADKA (2016), in which the respondents chose only one facility necessary from their point of view, more than half of the responses (55.5%) indicated a bathroom in the room, 18% full board, and 12.5% health care. Other amenities important for seniors also remained broadly consistent with the findings of the previous study and included, among others: elevators (12.1%), accessibility of public transport (10.4%), air conditioning (8.5%), availability of recreational equipment (6.1%), the Internet (5.8%) and facilities for people with disabilities (5.5%).

Amenities in accommodation facilities are certainly an important aspect related to the decision-making by older people about departure and its quality. However, the needs of older people should

---

<sup>12</sup> The research was financed by the grant "Research on COVID-19" from the funds of the University of Adam Mickiewicz in Poznan for the years 2020-2021, grant manager: Alina Zajadacz.

also be taken into account in other tourism spaces. A rational response to the ongoing and forecasted demographic changes are therefore activities related to the so-called "accessible tourism" (ZAJADACZ – STROIK 2016), which replaced the concept of "tourism for all", popular a decade ago (ZAJADACZ 2014). While in the above-mentioned studies on amenities in hotel facilities, they mainly concerned the sphere of the comfort of older people, affecting the elimination of possible physical and technical barriers, accessibility in cultural heritage facilities is understood much more broadly. It refers to both the place (location), but also the availability of information, social relations, the possibility of achieving the activity goal (ZAJADACZ 2014). Activities undertaken as part of accessible tourism are therefore aimed at preventing structural, physical and functional limitations related to the organization of tourist services (ZAJADACZ – STROIK 2016; FARKAS – PETYKÓ 2020, GONDA – RAFFAY 2021, RAFFAY – DANYI – ERNSZT 2021, MÁTÉ 2021).

### **Stages and Research Methods**

The desk research method was used in the first stage of the research. The criteria for accessibility of tourist attractions for the elderly were reviewed based on such studies as: Visit England (2014). National Accessible Scheme For Serviced, Self-Catering, Hostel and Campus Accommodation); Visit England (2019), National Accessible Scheme For Holiday, Touring & Camping Parks and Caravan Holiday Homes; 'Fantastic for families' (2018), Atendo (2018) and the Regulation of the Minister of Infrastructure of April 12, 2002 on the technical conditions to be met by buildings and their location. On the basis of a review of the developed requirements for the adaptation of tourist facilities for the elderly, a preliminary catalog of accessibility criteria was developed

The second stage included testing and verification of the proposed initial catalog of criteria for assessing the accessibility of the Piast Trail, which took place in October 2018 in eight selected sites, such as: Archaeological Museum in Poznań, Models of Old Poznań, Cathedral Basilica of Saints Peter and Paul in Poznań, Reserve Archaeological Genius Loci, Poznań Gate ICHOT, Pobiedziska Castle, the Museum of the First Piasts in Lednica and the Museum of the Origins of the Polish State in Gniezno. Representatives of the elderly (3 people aged 70-74) were involved in modifying the catalog of accessibility assessment criteria. The result of this stage was a verified catalog of criteria, which was used to conduct an accessibility audit on the selected route (Tab. 1.).

In the fourth stage the research was carried out in cultural heritage sites located on the Piast Trail, the attractions of which refer to the beginnings of Polish statehood. Its area has been narrowed down to all the facilities in the Greater Poland part of the route running through two voivodeships (the other is the Kuyavian-Pomeranian Voivodeship), managed by the Piast Trail tourist cluster in Greater Poland. Thus, it concerned 32 objects that can be divided into the following groups:

- 11 sacred buildings (Basilica of the Assumption of the Blessed Virgin Mary and St. Michael the Archangel in Trzemeszno, Cathedral in Gniezno, Poznań Cathedral, St. Nicholas the Bishop Parish Church in Tarnów Pałucki, St. Nicholas the Bishop Cathedral in Kalisz, St. John of Jerusalem Outside the Walls in Poznań, the Franciscan Church in Gniezno, the Church of St. John the Baptist in Gniezno, the Church of the Assumption of the Blessed Virgin Mary and St. Nicholas in Giecz, the Benedictine Abbey in Lubiń, the complex of the former Cistercian Abbey in Wągrowiec, the former Cistercian abbey in Łąd on the Warta River);
- 7 museums (the Archaeological Museum in Poznań, the Museum of the Archdiocese of Gniezno, the Museum of the Origins of the Polish State in Gniezno, the Museum of the First Piasts in Lednica, the Regional Museum in Wągrowiec, the Museum of Applied Arts in Poznań, a branch of the National Museum in Poznań, the Museum of the Pызdry Land in Pызdry);

- 5 reserves or archaeological sites (Archaeological Reserve Gród Wczesnopiastowski in Giecz, Archaeological Reserve Gród in Grzybowo, Archaeological Reserve in Kalisz-Zawodzie, Archaeological Reserve Genius loci, Archaeological Site Łekno,
- 2 collective facilities (Royal Route in Gniezno and Ostrów Tumski in Poznań)
- other facilities, such as: The Dorotka Tower, the Interactive Center for the History of Ostrów Tumski Brama Poznania, Pobiedziska Castle, Models of Old Poznań, Open-air Museum of Miniatures of the Piast Trail or the Koniński Pole.

The study was conducted in 2019 using a proprietary questionnaire, the use of which was preceded by testing its usefulness in selected objects of the trail. The spreadsheet created in this way consisted of accessibility criteria divided into eight main categories: general requirements, expositions and exhibition space, hygiene and sanitation facilities, rest area / zones, tourist information, visitor service staff, other services and facilities, and admission tickets. The questionnaire also included questions that allowed the facility manager to perform self-evaluation.

The first area, called "general requirements", focused on the comfort of sightseeing, understood as the convenience of the equipment and the pace of sightseeing adapted to the needs of older people, the presence of seats at least every 30 meters in conditions requiring long distances, and the existence of non-slip and stable surfaces. The criteria related to the availability of the exhibition and exhibition space concerned such aspects as the possibility of visiting the facility individually and in groups with a guide and organizing events and workshops dedicated to seniors in the facility. In the area of hygienic and sanitary facilities, it was checked whether a toilet was located in the facility or its vicinity and whether it was equipped with alarm and call signaling. Rest areas / zones were also audited, where attention was paid to the availability of seats while visiting the exhibition, at viewpoints and in the lobby / reception area. Another desirable feature was that the facility had up-to-date information in print and online - including guides for the elderly, up-to-date information about the offer and amenities, and a tourist information point. The criteria for the visiting staff concerned: training of staff in servicing the elderly; the possibility of using the services of an assistant, tourist guide contact person for questions related to the availability of the facility, possible to ask by phone, via e-mail, directly at the facility) and the presence of an accessibility consultant (The category of "Other services, amenities" included in the questionnaire referred to the organization of family events and festivals, as well as the possibility of renting folding chairs or seats, also with a backrest. Moreover, the existence of reduced tickets and free entries to the facilities was verified. In the so-called "auto-evaluation" at the end of the accessibility criteria sheet, administrators were asked to answer the following questions:

1. Is the facility well adapted for sightseeing by the elderly?
2. Are the employees of the facility able to efficiently evacuate the elderly in case of emergency?
3. Are there any works planned in the coming year related to the improvement of accessibility for the elderly? If so, please specify which ones?
4. Are inquiries and comments of elderly people registered and considered? If so, what threads are raised and what actions have been taken based on them?

Auditors, whose roles were played by employees and doctoral students of the Department of Tourism and Recreation, Faculty of Geographical and Geological Sciences, Adam Mickiewicz University in Poznań, along with the assigned group of seniors, entered the questionnaire with information on the availability of facilities from the perspective of the group mentioned. They found the presence or absence of a certain feature. They could also use the auxiliary description

space where they noted important elements related to a given criterion. The answer "not applicable" appeared in the sheet when it did not occur in the facility at all.

### Research Results - assessment of the accessibility of tourist attractions

In the examined facilities, the so-called "general requirements" were first checked. According to the auditors, out of 32 facilities, as many as 30 were characterized by the comfort of visiting, which meant, among other things, that the facility had comfortable equipment or the pace of sightseeing was adjusted to the needs of elderly people (Table 1).

**Table 1. Assessment of the accessibility of tourist attractions for the elderly**

Lp.	Criterion / feature	Yes	No	not applicable
<b>1.</b>	<b>General requirements</b>			
1.1.	Sightseeing comfort (convenience of equipment, the pace of sightseeing adapted to the needs of elderly people)	30	2	0
1.2.	In conditions that require traveling long distances, there are seats at least every 30 m.	9	7	16
1.3.	The surfaces in the facility are stable and non-slip.	25	4	3
1.4.	In off-road conditions, the surfaces are stable, non-slip, and maintained in a way that prevents the accumulation of water and the formation of puddles.	14	10	8
<b>2.</b>	<b>Exhibition, display space</b>			
2.1.	Individual guided tours.	28	3	1
2.2.	Group tours with a guide.	29	2	1
2.3.	Events, workshops for seniors (permanent, cyclical, occasional, on request).	15	17	0
<b>3.</b>	<b>Hygienic and sanitary facilities</b>			
3.1.	Toilet in the building.	17	15	0
3.2.	Toilet adjacent to the facility.	15	11	6
3.3.	Alarm and call signaling in the toilet.	4	19	9
<b>4.</b>	<b>Rest areas / zones</b>			
4.1.	Chairs / benches / seats with a backrest during the tour of the exhibition.	20	10	2
4.2.	Chairs / benches / seats with backrests at viewpoints.	6	9	17
4.3.	In the hall, at the reception desk, there are chairs of different heights for guests, some with armrests (for those sitting down and standing up).	2	12	18
<b>5.</b>	<b>Tourist Information</b>			

5.1.	Website with information about the offer and amenities for the elderly.	3	28	1
5.2.	Printed materials: plans, maps, folders, guides with an offer for the elderly, information on amenities and infrastructure (toilets, cloakroom, lifts, stairs, rest areas, etc.).	2	29	1
5.3.	Information point at the facility.	18	13	1
5.4.	Ongoing update of information on the website, in mobile applications.	30	1	1
<b>6.</b>	<b>Staff serving visitors</b>			
6.1.	Staff trained to handle elderly people (training institution).	4	27	1
6.2.	Possibility to use the services of an assistant, tourist guide.	26	6	0
6.3.	"Availability consultant" - a contact person for questions related to the availability of the facility, possible to ask by phone, via e-mail, directly at the facility.	27	4	1
<b>7.</b>	<b>Other services, facilities</b>			
7.1.	Parties, family festivities.	25	7	0
7.2.	Folding chairs and seats available for hire with backrest.	7	23	2
<b>8.</b>	<b>Admission tickets</b>			
8.1.	Discount tickets	17	0	15
8.2.	Free entries.	29	2	1
<b>AUTOEVALUATION</b>				
<b>1.</b>	Is the facility well adapted for sightseeing by the elderly?	29	3	0
<b>2.</b>	Are the employees of the facility able to efficiently evacuate the elderly in an emergency?	29	1	2
<b>3.</b>	Are there any related works planned in the coming year with improved accessibility for the elderly? If so, please specify which ones?	7	24	1
<b>4.</b>	Are inquiries and comments of older people registered and considered? If so, what threads are raised and what actions have been taken based on them?	4	27	1
<b>sum</b>		471	316	109

*Source: Prepared by Own.*

Due to the small area of some facilities (e.g. sacred), as many as 15 of them did not apply to the criterion related to the existence of favorable conditions for traveling long distances and seats arranged along the sightseeing route. Among the remaining facilities, such conditions existed in 9 locations, while in 7 they were absent. Most of the structures (25) had stable and anti-skid surfaces, four of the surfaces were not stable, and three other surfaces (external only) this feature did not apply. Another tested criterion related to the surface in off-road conditions. Fourteen facilities had

stable, anti-skid and well-maintained exterior surfaces that prevented water accumulation and the formation of puddles. Ten facilities did not meet these conditions, and eight could not be verified because the external infrastructure was not owned by the facility administrator.

In the second category of criteria, elements related to the exhibition and exhibition space were checked. Individual guided tours were available in 28 facilities, and group tours with a guide in 29 facilities. Individual guided tours were not possible in only 3 facilities, and group tours with a guide were not possible in 2. One of the facilities on the trail was unavailable to visitors during the research. Slightly more than half (17) of the facilities did not run events or workshops dedicated to seniors, while 15 facilities could boast of such initiatives.

The next elements examined were related to the hygienic and sanitary facilities. In 17 facilities there was a toilet directly in the facility, and in 15 facilities there was no toilet inside the facility. Moreover, 15 facilities have a toilet in their vicinity (in other facilities or a public toilet). In 24 sites, the tourist can use the toilet inside the building or in the immediate vicinity of the visited place. Only in four of the facilities there is alarm and call signaling in the toilet, the remaining facilities do not have such a facility.

The research also paid attention to places / zones to rest. Among the examined facilities, as many as 21 had chairs, benches or seats with backrests available when visiting the exhibition, 9 sites do not have such facilities, and one facility was unavailable to visitors during the research. Out of the examined places, 17 did not have viewpoints and in other ones, with viewpoints, a tourist in 6 of them has the option of using a seat with a backrest. When analyzing all facilities with a hall or a reception desk, only two of them have chairs of different heights (some of them contain armrests, which make it easier for people who have difficulties with sitting and putting up).

The auditors were also interested in elements relating to the area of information availability. Only 3 facilities have information on the offer and amenities for the elderly on their websites. The remaining 28 sites did not include this type of information on their website, and one facility does not have a dedicated website. Only two facilities have printed materials dedicated to seniors: plans, maps, folders, guides with an offer for the elderly, information on amenities and infrastructure (toilets, cloakroom, elevators, stairs, rest areas, etc.). Out of all the objects, 19 run their own information desk, and in 13 we will not find one. As many as 30 facilities update the information on the website or mobile application regarding the facility on an ongoing basis.

Other accessibility criteria related to the visiting staff. Only four out of 32 facilities had personnel prepared to serve the elderly as part of the implementation of dedicated training. Additionally, as many as 26 facilities offered seniors the possibility of using the services of a tourist assistant or guide. The vast majority of facilities on the trail had an "accessibility consultant". As for the availability of other services and amenities for seniors, 25 out of 32 facilities hosted events and family fairs. Only 7 tested places allowed seniors to borrow folding chairs or seats (also with a backrest). As many as 28 were characterized by temporary or permanent free entry to the facility, while 17 of the surveyed facilities offered discount tickets.

As part of the self-evaluation, facility administrators were asked to answer 4 summarizing questions on the availability of facilities for the elderly. In 29 sites, it is believed that the site is well adapted to sightseeing by the elderly. In the remaining three it was found that the facilities are not sufficiently adapted to visiting by seniors. Also in 29 facilities, employees are able to efficiently evacuate the elderly in case of emergency. The owners of one facility had a different opinion, and in two facilities such a situation would be made more difficult by the lack of permanent service. Only 6 facilities declared work related to improving accessibility for older people planned for the next year. Only four sites record and consider inquiries and comments from older people.

## Research discussion

The research carried out on selected tourist attractions, both at the stage of creating a catalog of criteria for assessing their accessibility for older people, and at the stage of the audit carried out, indicate that their owners and administrators perceive older people as an important segment of the tourist market. These activities are consistent with the presented trends in the increase in the number of elderly people in modern society (VIGOLO 2017, RAPORT 2012), and also correspond to the specificity of tourism needs of this generation (ŚNIADEK 2006, LEHTO et al. 2008, PATTERSON – PEGG 2009, ŚNIADEK – ZAJADACZ 2010, GŁĄBIŃSKI 2018, GŁĄBIŃSKI 2020).

A developed catalog of criteria for assessing the availability of tourist attractions for the elderly, based on the assumptions of: Visit England (2014). National Accessible Scheme For Serviced, Self-Catering, Hostel and Campus Accommodation); Visit England (2019), National Accessible Scheme For Holiday, Touring & Camping Parks and Caravan Holiday Homes; 'Fantastic for families' (2018), ATENDO (2018) and the Regulation of the Minister of Infrastructure of April 12, 2002 on the technical conditions to be met by buildings and their location - was confirmed in the attractions surveyed by their owners and representatives of seniors as useful and universal in making this type of assessment and sharing its results in the tourist information system. However, it is not complete. It primarily takes into account the adaptation of buildings and the displays arranged in them. In the next stage of methodological works, it should be supplemented with important features in the natural environment.

With regard to the evaluation of selected tourist attractions, it can be stated that the facilities usually guaranteed seniors the comfort of visiting and its elementary safety, due to the stable and non-slip surfaces. However, only in a few venues there were places to sit in conditions requiring visitors to travel long distances. Complications in the movement of older people could also be caused by external, technical conditions. In the vicinity of one-third of the facilities, the surfaces were unstable and slippery, favoring the formation of puddles. The vast majority of facilities were characterized by the availability of exhibition and exhibitory space for the needs of seniors. Almost in every facility it was possible to take advantage of a guide dedicated to individual or group visits. In addition, several venues hosted workshops dedicated to the elderly and events that could potentially be attractive to them. In more than half of the facilities there were toilets located inside the buildings or in their immediate vicinity. Unfortunately, only four out of 32 facilities had alarm and call signaling. Rest areas and zones were usually located between the exhibition space and the designated sightseeing route, where the tourist can use the amenities such as chairs, benches or seats with backrests. In addition, in several facilities of this type, there were also seats at viewpoints or at the entrance to the facility, where the hall or reception is located.

Importantly, the facility administrators took care of the ongoing updating of their websites. Unfortunately, the above-mentioned pages lacked information about the offer for the elderly and printed materials describing amenities and access to existing infrastructure. There were also information points for tourists in several places. In most venues, the staff serving visitors has not been trained in servicing seniors. For the most part, however, the possibility of using a tourist guide, assistant and "accessibility consultant", who is responsible for providing information in this regard, was introduced. Other services and amenities present in most of the facilities were mainly related to the organization of family events and festivals. Only a few of them, in turn, made it possible to rent folding chairs and seats (also with a backrest), which are helpful for elderly people. There are permanent free admissions in over a dozen facilities, while in others free admissions are organized on selected days. Most of the ticketed attractions also include discounted tickets for seniors.

The opinions expressed by the administrators of the facilities in the self-evaluation prove that the vast majority of them perceived their facilities as well adapted to the service of elderly people,

taking into account also the safety requirements and the possibility of effective evacuation by the personnel available in the facilities. Only a few of them saw the need to adapt their offer to the needs of seniors, planning works related to creating additional amenities for the elderly next year.

## Summary

The developed catalog of criteria for assessing the availability of tourist attractions for the elderly has been developed on the basis of many stages of work including (1) a broad review of good practices in this topic, (2) testing of the initial list of features in selected facilities with the participation of elderly people, (3) verification of the catalog, (4) conducting an audit on its basis in the tourist attractions of the brand tourist route in Greater Poland, which is the Piast Trail. The obtained results are characterized by a high degree of universality, also due to the nature of these attractions.

The objects of cultural heritage constituting the attractions of the Piast Trail in the voivodeship Greater Poland are very diverse. In addition to the still functioning sacred buildings, which also act as monuments (e.g. the cathedrals in Poznań and Gniezno), the trail also includes archaeological reserves (e.g. the Archaeological Reserve Castle in Giecz), reconstructions of buildings (Przemysł Castle) and modern and interactive exhibition facilities (Poznań Gate). The article gives examples of research both in point objects (eg the road pole in Konin) and large-area objects (eg the Archaeological Reserve in Kalisz-Zawodzie). Attractions can also be divided into outdoor (e.g. the Museum of the First Piasts in Lednica), combining the open air with buildings (Archaeological Reserve Gród in Grzybów), to buildings or part of it (e.g. the Archaeological Museum in Poznań, or the Doroška Tower in Kalisz). Importantly, from the perspective of accessibility management and possible changes in its scope, the objects under study are also diversified in terms of the ownership structure. On the trail you will find state, local government and private entities. This is a major challenge in terms of ensuring the consistency of the trail's tourist offer and its image as a network product. In order to improve the accessibility of the facilities, both the activities of the facilities directed inwards and the organizational culture in the network of cooperation along the route are of fundamental importance.

When recommending taking actions to increase the accessibility of cultural heritage objects for senior tourists, it is proposed to draw the attention of their managers to the following aspects:

- ensuring the proper functioning of the basic hygiene and sanitary infrastructure (adapted toilets maintained in accordance with their intended use);
- guaranteeing places and zones for rest, sightseeing comfort;
- when preparing the exhibition, paying more attention to multisensory forms of information presentation (smells, tastes, sounds, touching props, Slavic cuisine);
- careful recording and consideration of feedback from visitors, taking it into account in verifying the offer;
- testing planned changes with representatives of the offer addressees;
- developing a set of good practices from individual facilities on the trail, the purpose of which would be to share knowledge and facilitate effective actions related to the improvement of accessibility;
- drawing attention to the problem of current updating of data on accessibility on the home pages of objects - this type of "bookmarks" should be exported to websites of organizations and institutions promoting the trail as a whole.

In addition, it is also worth paying attention to the need to organize training for the management of facilities, as well as for the staff directly serving guests. Acquiring new skills and social competences in the field of "accessible tourism" would certainly not remain indifferent to the quality of visiting facilities by seniors.

The developed system is to guarantee the topicality and reliability of information generated "from below" at the level of facility administrators and consistency by creating guidelines, monitoring and evaluating the effects "from above" by institutions promoting the trail. Therefore, further audits on the availability of facilities should also be considered.

The conducted analysis of the accessibility of objects with the rank of cultural heritage showed unequivocally that among the examined attractions there were no places completely inaccessible from the point of view of the needs of the group under consideration. This conclusion may be a starting point for further considerations and scientific research related to comprehensive management of the quality of services offered in such facilities.

## References

ALÉN, E. – DOMÍNGUEZ, T. – NIEVES, L. (2012): "New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism", *Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies*, InTech, available at: <https://doi.org/10.5772/38092>.

ATENDO (2021): available at: [www.spain.info](http://www.spain.info)

DANN, G. M. S. (2002): "Journal of Hospitality & Leisure Senior Tourism and Quality of Life", *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, Vol. 9 No. 1–2, pp. 5–19.

Europe, the best destination for seniors" "Facilitating cooperation mechanisms to increase senior tourist's travels within Europe and from third countries in the low and medium seasons" - Experts draft report Annex 1, (2014), available at: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/6924?locale=pl>

'Fantastic for families' (2018): available at: <http://www.britishtheatreguide.info/news/fantastic-for-families-awards>

FARKAS, J. – PETYKÓ CS. (2020): A FOGYATÉKOSSÁG, AZ AKADÁLYMENTESSÉG ÉS A MOBILITÁS, MINT EGZISZTENCIÁLIS ALAPTULAJDONSÁG. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 2020 V. évfolyam 4. szám*, pp. 43-55.

GŁĄBIŃSKI, Z. (2020): "Czynniki wpływające na aktywność turystyczną polskich seniorów w świetle opinii słuchaczy uniwersytetów trzeciego wieku". Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

GŁĄBIŃSKI, Z. (2018): "Uwarunkowania aktywności turystycznej seniorów przyjeżdżających do Innsbrucka, Krakowa i Szczecina", *Turystyka kulturowa*, No. 4, pp. 46-62.

GOSIK, B. (2015): "Formy spędzania czasu wolnego starszych osób w województwie łódzkim", *Space – Society – Economy*, Vol. 14, pp. 137-149, available at: <https://doi.org/10.18778/1733-3180.14.08>

GONDA, T. – RAFFAY Z. (2021): A FOGYATÉKOSSÁGGAL ÉLŐK UTAZÁSI SZOKÁSAI. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 2021 VI. évfolyam 1. szám*, pp. 20-37.

GÓRNA, J. (2015): "Preferencje i aktywność turystyczna Polaków w wieku 50+", *Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie*, Vol. 14 No. 1, pp. 153–156.

- KOCISZEWSKI, P. (2016), “Turystyka seniorów jako istotny czynnik aktywizacji osób starszych”, *Zeszyty Naukowe Uczelnia Vistula*, Vol. 46 No. 1, pp. 217–237.
- KUPRANOWICZ, B. (2005), “Rekreacja ruchowa i turystyka osób starszych”, in Midura, F. and Żbikowski, J. (Eds.), *Krajoznawstwo i Turystyka Osób Niepełnosprawnych*, Biała Podlaska, pp. 201–211.
- LANG, E. (1974): “Welches körperliche Training ist im Alter angezeigt und vertretbar?”, *Zeitschrift Für Bäder Und Klimaheilkunde*, Vol. 21, pp. 230–234.
- LEHTO, X. Y. – JANG, S. C. (SHAWN) – ACHANA, F. T. – O’LEARY, J. T. (2008): “Exploring tourism experience sought: A cohort comparison of Baby Boomers and the Silent Generation”, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 14 No. 3, pp. 237–252.
- ŁOBOŻEWICZ, T. (2000): “Turystyka ludzi w starszym wieku”, *Turystyka i Rekreacja Ludzi Niepełnosprawnych I*, pp. 219–256.
- MÁTÉ, A. (2021): AZ AKADÁLYMENTES TURIZMUS LEHETŐSÉGEI EGY HELYTÖRTÉNETI MÚZEUM PÉLDÁJÁN. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 2021 VI. évfolyam 1. szám*, pp. 39-56
- NIMROD, G. (2008): “Retirement and tourism Themes in retirees’ narratives”, *Annals of Tourism Research*, Elsevier Ltd, Vol. 35 No. 4, pp. 859–878.
- NIMROD, G. AND ROTEM, A. (2010): “Between relaxation and excitement: Activities and benefits gained in retirees’ tourism”, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 12 No. 1, pp. 65–78.
- PATTERSON, I. – PAN, R. (2007): “The Motivations of Baby Boomers to Participate in Adventure Tourism and the Implications for Adventure Tour Providers”, *Annals of Leisure Research*, Vol. 10 No. 1, pp. 26–53.
- PATTERSON, I. – PEGG, S. (2009): “Marketing the leisure experience to baby boomers and older tourists”, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol. 18 No. 2–3, pp. 254–272.
- PEARCE, P. L. (1999): “Touring for Pleasure: Studies of the Senior Self-Drive Travel Market”, *Tourism Recreation Research*, Vol. 24 No. 1, pp. 35–42.
- PILIS, A. – PILIS, K. – PILIS, W. (2010): “Rola turystyki w życiu ludzi starszych”, *Prace Naukowe Akademii Im. Jana Długosza w Częstochowie*, Vol. 9.
- RAFFAY-DANYI, Á. – ERNSZT, I. (2021): ESÉLYEGYENLŐSÉG A VESZPRÉM-BALATON 2023 EURÓPA KULTURÁLIS FŐVÁROSA PROJEKT RENDEZVÉNYEIN. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 2021 VI. évfolyam 1. szám*, pp. 5-19
- RAPORT NA TEMAT SYTUACJI OSÓB STARSZYCH W POLSCE (2012): Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa
- ROBERSON, D. N. (2001): “The Impact of Travel on Older Adults: An Exploratory Investigation”, *Tourism*, Vol. 49 No. 2, pp. 99–108.
- ROBERSON, D. N. (2003): “Learning experiences of senior travellers”, *Studies in Continuing Education*, Vol. 25 No. 1, pp. 125–144.
- ROZPORZĄDZENIE MINISTRA INFRASTRUKTURY (2015): z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie. Dz.U.2015.1422 z dnia 2015.09.18 ze zm.

RZEPKO, M. – DROZD, M. – DROZD, S. – BAJOREK, S. – KUNYSZ, P. (2017): “Uczestnictwo w turystyce i rekreacji ruchowej osób starszych – mieszkańców Rzeszowa”, *Handel Wewnętrzny*, Vol. 2 No. 4, pp. 206-219.

ŚNIADEK, J. (2006): “Age of Seniors - A Challenge for Tourism and Leisure Industry”, *Studies in Physical Culture and Tourism*, Vol. 13, pp. 103–105.

ŚNIADEK, J. – ZAJADACZ, A. (2010): Senior citizens and their leisure activity - understanding leisure behaviour of elderly people in Poland. [In:] *Studies in Physical Cultures and Tourism* Vol. 17, No. 2, 2010: 193-204.

TRACZ-DRAL, J. (2019): *Aktywność Osób Starszych*, Kancelaria Senatu. Biuro analiz, dokumentacji i korespondencji. Warszawa. available at: <https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatpracowania/170/plik/ot-672.pdf>

UNWTO (2018): *Messages of the World Committee on Tourism Ethics on Accessible Tourism* available at: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/wctemessagesonaccessibletourism.pdf>.

VISIT ENGLAND (2014): *National Accessible Scheme For Serviced, Self-Catering, Hostel and Campus Accommodation* available at: [https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/visitengland\\_national\\_accessible\\_scheme\\_serviced\\_standards.pdf](https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/visitengland_national_accessible_scheme_serviced_standards.pdf)

VISIT ENGLAND (2014): 30-58, 68-85. *National Accessible Scheme For Holiday, Touring & Camping Parks and Caravan Holiday Homes*, available at: [file:///C:/AppData/Local/Temp/visitengland\\_national\\_accessible\\_scheme\\_holiday\\_parks\\_standards-2019.pdf](file:///C:/AppData/Local/Temp/visitengland_national_accessible_scheme_holiday_parks_standards-2019.pdf)

VIGOLO, V. (2017): *Older Tourist Behavior and Marketing Tools*, Springer International Publishing, Cham, available at: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-47735-0>.

WEISS, R. (2019): “Conclusion”, *The Experience of Retirement*, available at: <https://doi.org/10.7591/9781501711725-011>.

ZAJADACZ, A. (2014): “Dostępność przestrzeni turystycznej w ujęciu geograficznym”, *Turyzm*, Vol. 24, No.1, pp. 49-55.

ZAJADACZ, A. (red.) (2021): *Zmiany w budżecie czasu wolnego i zachowaniach wolnoczasowych mieszkańców dużych miast w wyniku pandemii COVID-19*. Seria Turystyka i rekreacja – Studia i Prace t. 23. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań. s. 1-152.

ZAJADACZ, A. – STROIK, E. (2016), *Podstawy planowania rozwoju „turystyki dostępnej, Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Społeczno-ekonomiczne problemy rozwoju turystyki*, Vol. 16, pp. 65–83.

### **Acknowledgments**

This work was supported by the project: "Research on COVID-19" from the funds of the University of Adam Mickiewicz in Poznań for the years 2020-2021, grant manager: Alina Zajadacz.

## FELHÍVÁS

**Tisztelt Olvasók, Leendő Szerző(k)!**

A „*Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*” (TVT) lektorált folyóiratának Szerkesztősége továbbra is várja a folyóiratban megjelentetni kívánt publikációkat.

Amennyiben Önnek van a folyóirat tematikájához, azaz a turizmus bármely ágához vagy a vidékfejlesztéshez köthető, megjelentetésre váró publikációja kérjük, küldje el azt számunkra.

A TVT Szerkesztőségének célja, hogy a turizmus és vidékfejlesztés témakörében naprakész, újszerű, tudományos vagy akár gyakorlatorientált kutatási eredményeket közöljön le, valamint ezeket széles körben terjessze a tudományos és a szakmai érdeklődők számára egyaránt.

A TVT folyóiratról bővebb információt az alábbi elérhetőségen talál:

***[www.turisztikaitanulmanyok.hu](http://www.turisztikaitanulmanyok.hu)***

Bármilyen kérdés esetén a *[szerkesztoseg@turisztikaitanulmanyok.hu](mailto:szerkesztoseg@turisztikaitanulmanyok.hu)* címen forduljon hozzánk bizalommal.

Reméljük hamarosan szerzőink táborában köszönhetjük Önt/Önöket is!

*A Szerkesztőség*